

马克·扎克伯格 成功法则

刘彦彦◎编著

是什么成就了Facebook ——成就别人最终成就自己

继比尔·盖茨、乔布斯之后最传奇的人生
首次全面揭露 **Facebook** 创始人的人生历程

不能靠一时的灵感或才华，而是需要一年又一年的实
践和努力。凡是了不起的事情都需要大量的努力。

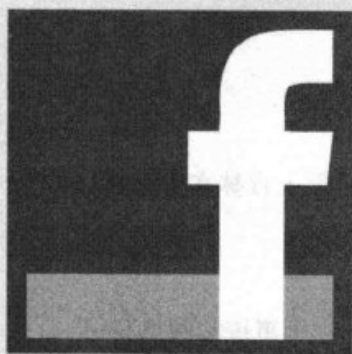
——马克·扎克伯格



北京文艺出版社
BEIJING LITERATURE AND ART PUBLISHING HOUSE

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服微信/QQ：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

理想 藏书 55188



facebook

马克·扎克伯格 成功法则

刘彦彦◎编著



吉林文化出版社
JILIN WENHUA CHUBANSHE

图书在版编目 (C I P) 数据

马克·扎克伯格成功法则 / 刘彦彦编著. — 长春: 吉林文史出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5472-2621-6

I. ①马… II. ①刘… III. ①扎克伯格, M. 一生平事迹②网络公司—企业管理—经验—美国 IV. ①K837.125.38 ②F279.712.46

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 018943 号

MAKEZHAKBOGECHENGONGFAZE

马克·扎克伯格成功法则

刘彦彦 编著

出版人 孙建军
责任编辑 于 涉 高冰若
封面设计 王 珍
出版发行 吉林文史出版社
社 址 长春市人民大街 4646 号
邮 编 130021
经 销 全国新华书店
印 刷 北京市燕鑫印刷有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 14
版 次 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷
字 数 180 千字
书 号 ISBN 978-7-5472-2621-6
定 价 29.80 元

版权所有, 侵权必究

图书若有印张错误, 影响阅读, 可向承印厂联系调换。

前 言

从小有名气的神童到全球知名的亿万富翁

在美国纽约州白原市，如果你提起马克·扎克伯格，无论是谁都会竖起大拇指。这个被人们津津乐道的人，实际上是一个仅仅二十几岁的大男孩，而他的名声却享誉全球。有人称他为神童，甚至他的名字会常常与比尔·盖茨放在一起，还有人称他为“盖茨第二”。但这都是一个个附加给他的头衔，真正的扎克伯格创立了全球第一大社交网络“Facebook”，从一个电脑神童变成了世界最年轻的亿万富豪。

这个充满传奇色彩的男孩于 1984 年 5 月 14 日出生在美国纽约州白原市，由于父母一个是牙医一个是心理医生，扎克伯格从小就受到了良好的教育。事实上，他出生于犹太人家庭（扎克伯格这个名字完全是德语名），但他声称自己是一名无神论者。对于一个出身于医生世家的男孩来说，多数人认为他会子承父业，成为一名医生，可这名被认定为医生苗子的男孩，在 10 岁时收到了属于他的第一台电脑，此后他便执迷于此。

在此期间，他一直被认为是一个电脑神童，在他中学时期便开始写程序，他的父亲教导他软件开发程序之后，又聘请软件研发者大卫·纽曼当他的家庭教师。纽曼很早的时候就听说扎克伯格是一个神童，因此悉心教导他。扎克伯格在高中时为学校设计一款 MP3 播放程序，他的才能也被传到了外界，不久，很多业内的公司都向他抛来橄榄枝，让人没想到的是，这其中竟然有赫赫有名的微软公司。

那时候，扎克伯格已经在家附近的默西学院（Mercy College）上课，他很喜欢程序设计，也许是受了身为心理医生母亲的影响，他特别喜欢沟通工具与游戏类软件。他还开发过一款信息程序，这让他的父亲可以在家里和牙医诊所之间交流消息。这一套系统甚至被视为后来美国在线实时通信软件的原始版本，也是各大软件公司争相模仿的原始模板。

高中时的扎克伯格可以说是处于一个起步期，但许多人认为，他的起步过高，这并不是一个高中生应有的高度。

高中时他创作名为突触媒体播放器（Synapse Media Player）的音乐程序，并且借由人工智能来学习用户听音乐的习惯，被评价为三颗星。而此时，微软和美国在线便已经想要招揽并训练扎克伯格，微软更是开出了年薪 95 万美元的条件。

而当大家好奇这个电脑神童最终会不会加入微软时，他的决定却又一次震惊了所有人。2002 年 9 月，扎克伯格放弃了 95 万年薪的工作机会，进入哈佛大学的校门。

在哈佛，大家都认为他会选择和计算机相关的专业，而他却坐在了心理学专业的教室里面。虽然大学时的扎克伯格主修心理学，可他对计算机依然执迷。在上哈佛的第二年，他侵入学校的一个数据库，将学生的照片拿出来用在自己设计的网站上，供同班同学评估彼此的吸引力。当然，也正是因为这样，他创造出了一个社交性网站，让同学们的关系更加拉近。

但是，这个网站出现后，许多争议也随之出现。有一部分人觉得，扎克伯格的“黑客”行为有违法律，还有一部分人觉得，这是一件将同学们关系拉近的好事，这让人与人关系并不太贴近的哈佛第一次栽

种了友谊的种子。

随着时间的推移，争议声逐渐被赞许声给吞没，人们大多觉得这个网站就是人与人沟通的桥梁，当大家将这个网站定义为“Facebook”的前身时，越来越多的人觉得，这个少年正以自己无声的气息感染着大家，很多人觉得，这个网站就预示着扎克伯格的成功。

对于在哈佛读心理学专业的扎克伯格来说，他更像是一个解读人们心理的医生，不断给社交恐惧者制造改变他们的机会。说到这，就不得不提一下扎克伯格的成长。青年时期的扎克伯格是一个十足的社交障碍症患者，他宁愿整日与电脑做伴，也不愿去与人交往。正因如此，这个“社交障碍者”在很小的时候就意识到，心理学知识与互联网技术的结合能爆发出无穷无尽的能量，因而，他便以社交为根基，创造了一个人类沟通需求的社交网站。

当然，像扎克伯格这样一个不安分的人，一定不会在哈佛平凡地度过。有了“Facebook”的框架，他便着手于创造这个社交王国，终于，曾经的害羞男孩成功了，扎克伯格一举成为全球福布斯富豪榜第八位。雅虎用 10 亿美元购买他的公司，他拒绝出售，他说：“‘Facebook’是我的孩子！”

这个 80 后曾经与乔布斯和比尔·盖茨从容对话，全球最年轻的自行创业亿万富豪扎克伯格，真的是一个十足的怪人。净资产超过 80 亿美元，公司最高估值 1600 亿美元，却总会穿着廉价 T 恤、人字拖出现在高端会场上，人们也在一瞬间记住了这个节俭的富豪。

有人会因为他的随性而对他投去批判声，大多数时候，这个年轻人都在用他的成绩去进行回击，这种无声的语言也在不断感染着人们，成为了一个个励志的故事。

随着这个社交网络的不断崛起，对于这样的一个年轻富豪，大家的批判声与质疑声也终于变成了一个个疑问：他是如何在短短几年成为全球数一数二的富豪？

在我们去深度解读扎克伯格之前，我们必须学会从他的角度去看待问题。首先，他是一个宅男，社交经验并不丰富，并且，他还是个没情调的“科技男”，从这样的一个角色过渡到社交场合的佼佼者，可见，他一定也是垂死挣扎过千万遍的。

这样一个在社交场合处处碰壁的人，只能将他的社交建立在一个科技的网络上，但这并不是让他盲目去与网络上的陌生人联络，而是要有一个平台的加入，让人们愿意将自己展示出来，并且去吸引陌生人。

有一部关于扎克伯格的传记型电影，开篇就是借助“前女友”之口来抨击影片的男主角扎克伯格：“你或许会成为一个很成功的计算机人才，但是这辈子都不会有姑娘喜欢你，并不是因为你的脑子一根筋，真正的原因只有一个，你是个混蛋！”这部名为《社交网络》的电影，开场便是戏剧化地描述了“Facebook”的诞生起因，它源于一个恶作剧的意外。

于是，当大家知道了这个社交王国的起源后，大家更开始对这个不靠谱的怪人产生一种好奇心理。难道这世界上只有怪人才能成为亿万富翁？

世界上每天都在上演着各种各样的恶作剧，扎克伯格却能很平静地对待，甚至在宿舍和几个哥们儿做一件很认真的事情，那就是给“Facebook”穿上一件外套。

如此看来，这个少年并非不靠谱，而当他在之后的日子登上了2010年《时代周刊》封面后，他甚至还正式向美国证券交易委员会

(SEC) 提交了首次公开募股 (IPO) 申请，计划着为其一手创立社交网站 “Facebook” 融资 50 亿美元。为了打开国际化市场，扎克伯格还选定摩根士丹利等几家承销商。

相比之下，扎克伯格的头衔更像是企业家，精确地引领社交网络前进每一步。

目 录

第一章 专注于编程的神童

第一节	设计 MP3 播放器的高中生	002
第二节	95 万年薪的工作机会	008
第三节	去哈佛学习心理学的计算机神童	016

第二章 在哈佛大胆创立 “Facebook”

第一节	黑客事件让他崭露头角	024
第二节	两个星期快速推出 “Facebook”	032
第三节	像盖茨一样从哈佛退学	040

第三章 “Facebook” 在硅谷的几次融资和发展

第一节	把公司搬到行业精英云集的硅谷	048
第二节	第一次与泰尔融资的智慧	056
第三节	第二、三、四次融资的策略	062
第四节	第五轮融资，不得不上市的 “被迫”	065

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第一节	选择合适的创业伙伴	070
第二节	和董事会打好关系	073
第三节	特色的独家用人大计	078
第四节	“Facebook”的建立与推广策略	087
第五节	让产品脱颖而出	095
第六节	高效率地拓展于社会	101
第七节	人脉营销	109
第八节	宽容面对伙伴的分歧	115
第九节	成功并非一时的才华，而是坚持下去	120
第十节	有史以来最“穷”的富人	125

第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

第一节	打造自己的平台战略	134
第二节	收购“Instagram”，对“Facebook”有什么意义 ..	144
第三节	进行全球化发展	153
第四节	“Facebook”做得最大，创收能力却并不是最好 ...	161
第五节	“Facebook”的前辈何时复兴	169

第六章 扎克伯格的两个偶像

第一节 扎克伯格与盖茨..... 176

第二节 扎克伯格与乔布斯..... 189

附录..... 205

第一章

专注于编程的神童

创业法则：人生不在于你有多少机遇，而在于你能把握多少机遇。我们每天都会遇到一些难以预料的事情，成功人士知道该如何解决问题，会将生活中遇到的困难转化为动力。贝壳不见得都很美丽，但其中却可能藏着美丽的珍珠。人也是如此，不起眼的人，也能创造出一片全新的伟大。

马克·扎克伯格成功法则

第一节 设计 MP3 播放器的高中生

小时候的扎克伯格是一个不善言辞的孩子，甚至说，他有一些社交障碍。而当他在 10 岁时拥有了属于自己的一台电脑后，他的社交障碍就更加严重了。他经常把大把时间用在网络上面，泡在电脑前，钻研每一个他不懂的问题。也正是因为这样不懈的努力与学习，扎克伯格悄无声息地成为了学校数一数二的天才少年。

不过，令大家没有想到的是，这个对电脑有浓厚兴趣的孩子，功课也从未落下。或许是天生对复杂的东西感兴趣，扎克伯格尤其喜欢程序代码。

扎克伯格的父亲爱德华·扎克伯格被病人誉为“无痛牙医”，母亲凯伦曾是一名精神病医师。父亲很早就使用数字 X 线摄影，并且将电脑程序（Atari BASIC）介绍给儿子，家里和诊室里都摆满了电脑。孩子们通常都喜欢玩游戏，扎克伯格却喜欢开发游戏。11 岁时，父母给他找了位家庭计算机教师。这个名叫大卫·纽曼的软件开发员，每周都会花一天时间教导他。12 岁时，扎克伯格就开发了一款软件，让家里和办公室的电脑可以互通消息，这就是即时通讯软件 AOL 的初始

《第一章 专注于编程的神童

版本。纽曼的印象是：“这孩子是一位神童，要想难倒他可不是件容易的事。”

说起来，这个软件就像扎克伯格的一张考卷，而他则以优异的成绩完成了这场考试。这也为日后他成为一个“程序奇才”做了一个很好的铺垫。

在钻研代码的日子里，时间过得很快，这样的日子让扎克伯格觉得非常幸福。不久，扎克伯格便上了高中。

在马克·扎克伯格的高中生活里面，他所拥有的并不只是复杂的功课，更多的是他对自己爱好的努力。

也正是由于他的努力，高中的时候，他成功设计了一款MP3播放器，同时，还设计出了像突触媒体播放器（Synapse Media Player）这样的多种音乐播放软件。

扎克伯格的梦想是通过他自己的手设计出一些能够造福社会的东西，他也希望自己的设计能够给自己的生活带来方便。于是，在此后的日子里，扎克伯格更加信心百倍地为梦想努力。

对于高中生来说，能将学习状态调整好就已经很难了，更不用说什么创造不创造、创新不创新的问题。扎克伯格能够将学习与发明联系到一起，也正是因为导师和学校的请求，令所有人没有想到的是，他竟然超额完成任务。

原本老师只是想让他设计一个可以简单播放些音乐的播放器，可是，当扎克伯格设计的这款MP3播放软件在老师同学面前亮相时，大家纷纷对他投去了崇拜的眼神，只有扎克伯格自己觉得，这还不够，这还不完美。

于是，此后的日子他把大把的时间都花在了将MP3播放器扩展更

马克·扎克伯格成功法则

新上面。他在播放音乐的基础上，扩充了播放器的功能，甚至还让很多其他格式的歌曲都能融入这个播放器。对于那些不喜欢功能复杂的年轻人来说，这个播放器无疑是他们最好的福利。那时候的扎克伯格仅仅 17 岁，他并不像同龄男孩子一样挥霍青春，他总是会将自己的时间花在他认为正确的地方。

在有了前面的成功后，扎克伯格的老师又委托他设计了几个便捷的程序，并且扎克伯格赋予了这个程序新的名字：突触媒体播放器（Synapse Media Player）。这个借由人工智能来学习和听音乐的习惯，逐渐被贴到效应网（Slashdot）上，被当年个人计算机杂志（PC Magazine）的五星评价为三颗星。要知道，世界上能获得两星以上的软件并不多，这对于扎克伯格来说就是肯定他能力至关重要的一票。

在同学眼里，这个男生很低调，根本很难将他和“社交”这两个字联系在一起。在没有设计 MP3 之前，大家甚至不知道，这个身材瘦弱，有些营养不良的男孩就是大名鼎鼎的神童马克·扎克伯格。

对于这个设计出 MP3 播放器的高中生来说，他想拥有不会被磨损的创意。在设计 MP3 播放器之初，是因为扎克伯格高中老师的请求，当时的他并不觉得这是个难以完成的任务，这台播放器在班级里发出声音的时候，他也并没有过多的自豪。扎克伯格当这是个提升自己的机会，当然，也是为了完成自己的梦想。

光环下的扎克伯格更喜欢的是自己的那个小世界。他喜欢躲藏在显示器下面，看着每一个字母代码跳到屏幕上，这是他整个高中生活中最快乐的事情。

扎克伯格用实际行动告诉所有的同学以及关注他的人，他并不是一个生活在象牙塔里的少爷，他也是有独立思维的人，甚至他的思维

<< 第一章 专注于编程的神童

比成年人还要成熟。

多年过去，扎克伯格的思维一直没有受到外界影响，对于他喜欢的内容，他会拼尽全力去钻研，所以，在扎克伯格的世界中，主要的内容就是钻研。

回忆扎克伯格的初期创业，他的所有设计的灵感都来源于生活，他习惯将人们的需求与设计的实用性相互融合，因为他觉得，人们需要的东西才是他需要设计的东西。

拿突触媒体播放器（Synapse Media Player）来说，他之所以会设计这款软件，主要的原因是因为学校需求，而扎克伯格为了满足老师和同学们的需求，他又对这款软件进行了后续的加工，还不惜花大把时间对这款程序进行更新维护，可以说，扎克伯格虽然是一个在外人眼里很邋遢的人，可是，在程序更新这件事上，他绝对是一个完美主义者。

如果说扎克伯格在设计突触媒体播放器（Synapse Media Player）这款软件的雏形时没有遇到过任何问题，那绝对是不可能的。对于这款软件的功能，事实上，扎克伯格在初期并没有定位得非常精准，他原本只是想让这款软件能够播放出适当的歌曲和学习内容。可当他将这款软件的雏形做好后，他又发现有很多问题出现了。他不甘心于这个软件只能固定播放一种格式的音频文件，所以，他便着手给这款软件添加了多元化的播放方式，随着不断更新，这款软件才得以逐渐完善。

扎克伯格的理念中，他不会没有理由的半途而废，当然，他也都完全地做到了。他的想法中，任何问题都是可以通过努力避免的，即便是没有满足别人的需求，他也会想方设法地去完善，这就是一个 17 岁少年的才华与坚持。

马克·扎克伯格成功法则

【成功法则】

才能都是一样的，在于你怎么去用

有的人经常会抱怨，自己怎么就没有机会呢？难道是自己的能力不行？

错了，能力是上天赋予你的，上天不会偏袒任何一个人。所以，每个人的能力都是一样的。如果你现在正处于启蒙期，那恭喜你，只要好好把握你的能力，并且用后天的时机去学习，你就可以成为独一无二的赢家。

有些人徒有一身能力，一到关键时刻就悲剧，这样，能力再有用，你也会觉得无计可施。

能力没有谁多谁少，在你咿呀学语的时候，你就是在学习你的才能。人们都会经历这样一个过程，所以，你和他们是一样的，早晚有一天你也会遇到让你发挥能力的时机。

凡事主动出击

很多人习惯等待别人的命令，总是别人开口了自己再去行动。事实上，这绝对不是创业者应有的行为。一个有独立思维的人，应按照自己思维的指示去努力，很多人都以为，没有前车之鉴的行动是很危险的，但大家却不知道，这也是较为容易成功的。

别找借口，借口成不了气候

你为什么没有成功？面对这样的问题，很多人会尽力将责任推到外界因素上，总是有各种各样的借口去否定自己。

＜＜ 第一章 专注于编程的神童

如果你有时间思考一下，为什么自己总是离成功很远，那你就
可以知道，其实，你一直是在依靠借口生活。借口就是你看清自己的天敌，
所以，找借口成不了气候。

马克·扎克伯格成功法则

第二节 95 万年薪的工作机会

扎克伯格在高中时期的设计作品让他声名大噪，同时，也让他的名字出现在了更多人的耳朵里。不少媒体也都纷纷将这个高中生的事迹传诵出去，高中生扎克伯格的名声越来越响亮。很多业内公司见到了这个扎克伯格的作品，无不感到惊讶。随即，许多家公司都向他抛来了橄榄枝，当然，这其中也包括美国在线和微软公司。而微软公司更是开出了年薪 95 万的条件来吸纳马克·扎克伯格这个神童。

一个是仅仅 17 岁的高中生，一个是全球知名的大公司，外加一个年薪 95 万的工作机会，相信大部分人都会为之心动，更有人预测，扎克伯格如果加入了微软，他将成为微软最年轻的工程师。

对于一个高中生来说，人生的转折点就是大学和工作。或许放到别人身上，大家会毫不犹豫地选择工作，毕竟上大学也是为了能有一个更好的工作。大家开始纷纷猜测，这个男孩子会选择哪个公司作为依靠。

而这时，也有很多质疑声扑面而来，为什么这两大软件巨头企业会对一个初出茅庐的高中生扎克伯格情有独钟呢？

<< 第一章 专注于编程的神童

事实上，拿微软来说，创新是企业至关重要的命脉，当然，新鲜血液的注入也是必不可少的。一个兼具创新与才能的人才，是它们稀缺的财富。像软件这样的公司，不靠新生力量来充实是不行的。所以，微软和美国在线才肯拿出 95 万年薪来给一个毛头小子。

谁都没想到的是，扎克伯格并不是一个能按照常理出牌的人。他看着众多公司，竟然选择了去哈佛读大学，并且选择的还是心理学专业。这个设计出校园 MP3 播放器的怪人，在这一年又做了一件怪事。

这一决定让众多关注他的人哗然，当然，连他的同学都不解，这个男孩的脑子是不是不正常？

如果说，这个高中男孩带给校园一个新的冲击，倒不如说，是校园造就了他全部的成就。

扎克伯格是一个非常主动的人，他经常会将自己的目标放在墙上，时刻关注自己的目标。但这个男孩有个致命的死穴，他无法受人摆弄，只要他决心要做的事，他一定会做，如果他自己认为没有办法完成的事，他一定不会做。

拿扎克伯格的选择来说，很多人以为这个男孩子是怕了，或者心虚了，所以他毅然放弃了高额年薪的工作机会。在多年后的采访中，扎克伯格证实，当年之所以拒绝那些大公司，是因为他们要求会面的时间，他没有办法起床。

而这个震撼的原因，在扎克伯格娓娓道出后，成了争议的焦点。人们纷纷议论，说这个“神童”的性格果然不一般。一份万众期待的工作，被他简单的一句“起不来”推掉。这简直就是当时的一个爆炸性新闻，在整个城市，似乎人们都知道这么一个有来头的神童。

在拒绝了两大巨头公司的橄榄枝后，扎克伯格又恢复了原本的生

马克·扎克伯格成功法则

活，之后他又陆陆续续设计了几个实用软件，在学校也引起了不小的轰动。

不过，此后人们再谈起这个性格怪异的男孩子时，大多话题中都会有这两个巨头公司出现。

有人觉得，扎克伯格一旦摆脱了束缚就会成为一盘散沙，可是大家忘记了，这个男孩子太过于有主见，所以，他能在社交冲突的时候在网络中建立一个虚拟的交友世界。

至此，大家才真正地意识到，当时扎克伯格没有选择微软，而是选择哈佛，这并不是他对自己能力的心虚，而是他对自己能力的肯定。如果他加入了微软，他的所有设计都将被冠以“微软”的名称，他并不甘心于被束缚，更不会希望自己的设计成为别人成功的硕果。

大概在盖茨的头脑里都没有想到扎克伯格会拒绝 95 万年薪的工作机会，而当扎克伯格真正意义上拒绝这份工作时，他的人生才刚刚开始。

这一轰动整个国家的事件将扎克伯格推向了风口浪尖，有些人觉得这个毛头小子太不知好歹了，有人觉得他狂妄自大，还有人觉得他是想炒作自己。

不过，这些对他的质疑，他从来没有正面回应过。95 万年薪的工作机会是很多人的梦想，当然，那时候的扎克伯格也会做这样的白日梦。

到底放弃了这 95 万年薪的工作机会，扎克伯格得到了什么呢？

其实，把扎克伯格归结到感性的人群中一点都不为过，他不仅感性，甚至有些随性，他的想法总会和自己的情绪挂钩，随着自己的意识行动。

用我们现在的眼光来看，这个腼腆的男孩子做了个明智的决定，

<< 第一章 专注于编程的神童

但用当初的眼光来看，很多人都会觉得扎克伯格的脑子一定是坏掉了。他短暂的神经错位，导致他最终成为了一个富翁。

如果我们将 95 万年薪的工作机会当成是一个学生走向富豪的垫脚石，我们就应该清楚，这个数字并非可以用价值衡量。因为它的象征意义在很大层面上代表着成功以及那些辅助成功的东西。

财富？是的，这代表一个高中生将拥有一笔不小的财富！这些钱对于一个高中生来说，是肯定其自身能力的表现。

名誉？人的一生，最期望的就是能够名利双收。所以，大家喜欢将金钱和名誉放在一起进行比较。名誉对一个人来说，就是赢得自信的表现，也是获得财富的体现。名誉对任何人来说都很重要，甚至，它的重要性要超过我们所说的金钱。

很多人希望这一生中自己能够得到别人的敬仰和尊重，总是梦想自己是一个知名人士。如果我们拥有 95 万年薪的工作机会，名利就算全有了。有了名利，自然地位也就巩固了。

有人觉得扎克伯格很傻，他的傻在于他过于死板，放着眼前高额的年薪不要，去哈佛做他的穷学生，他完全可以坐拥 95 万年薪，然后专心开发程序。

但是，扎克伯格明白，一旦有了金钱的牵绊，即便是他拥有一身本领，他也只能在公司里为别人设计程序。这不符合他的梦想。甚至对他来说，这就是人生的牵绊。

从之后扎克伯格的表现上我们可以看出，他并不是一个会花钱的人。虽然如今他已经成为了一个名副其实的小富翁，可是，他依然住着租来的公寓，穿着宽松且洗得发白的牛仔裤。

如此看来，名利金钱只不过是他人生的一个附属品，他拥有也可，

马克·扎克伯格成功法则

不拥有也可，总之，这些不会在他生命中起到至关重要的作用。

无论是作为一个程序员还是一个全球化公司的总裁，扎克伯格总是将他的主见放在首位。也正是如此，众多朋友都将扎克伯格的才能归结到专注上，在说完后，还会补上一句：“事实上，他的思维太快了，我们永远跟不上他的思维。”人都有面临选择的时候，对于扎克伯格来说，这个选择尤其严峻，可以肯定的是，当初的扎克伯格没有能够看到未来的能力，可是他却有展望未来的能力。

在得知微软与美国在线准备吸纳扎克伯格的初期，他周边的人都在议论他最终的选择。在众多公司中，人们凭着多方面的考察结果，最终将扎克伯格会选择的公司定为微软，因为他们觉得微软更加有实力吸引到这个年轻人。

如果扎克伯格真的选择了去微软，很可能如今的他会获得百万年薪的工作机会，或者拥有一套属于他自己的程序。也可能他的名字最终会隐藏在微软众多程序员中间，也就不会是今天人们津津乐道的“盖茨第二”了。

扎克伯格之所以能和盖茨齐名，完全是因为他做了一个既明智又不明智的选择。不明智在于，在大家憧憬他的光环时，他却选择了去哈佛大学继续深造，而这个在很多人眼里不明智的选择，却在日后成了他成功的源头。

微软或许能够给扎克伯格足够的收入以及技术支持，让他有更多的机会设计出实用性很强的软件，可是，对于扎克伯格来说，收入和名誉都是次要的。虽然他爱好研发软件，可这仅限于他的自由发挥，如果让扎克伯格将自己的软件局限在一个目标范本上，他的热情就会大打折扣。

<< 第一章 专注于编程的神童

对于这个高中生来说，微软高层让他去工作，就等于是在剥夺他的自由，这样的情况对于扎克伯格来说，简直就是世界末日。从扎克伯格平时的装扮上就能看出，他是个喜好自由的人，所以，在高层人士邀请他八点参加会议时，他表示，这很难完成，因为这个时间他没有办法起床。

扎克伯格从一个普通学生成长到脸谱网首席执行官（Facebook CEO）的过程中，他穿得最多的是T恤和牛仔裤，有时他还会配上一双简单的拖鞋。这个装扮几乎成了扎克伯格的代名词，由于装扮简单，他还曾被评为“最差装扮”。他是个有主见的人，他会我行我素，不听从别人的建议。所以，在这样的性格下，他拒绝那些公司也是正常的。

到底为什么扎克伯格会放弃微软而创新开发“Facebook”呢？这个害羞的学生是否能够担任CEO这个重任呢？

时间已经证明了一切，从扎克伯格站在全球人民面前的一刹那，他就在证明，他是个注定不凡的人。

生活亦是如此，我们没有办法去判断别人的选择到底对不对，我们有的只是肯定一个人的选择，至少扎克伯格没有因为这个选择而后悔。

扎克伯格的成功法则是，不被眼前的利益蒙蔽双眼，即便是无法看到未来的发展状况，也要有敢于憧憬未来的能力。

【成功法则】

创意源于爱好

如果现在我们询问扎克伯格的爱好，他一定会毫不犹豫地说：“程

马克·扎克伯格成功法则

序开发！”

可是如果在十年前我们问他同样的问题，他一定会说：“计算机！”

人的一生会有许多爱好，随着年龄的增长，阅历的增加，人的兴趣和爱好也会随之改变。这些爱好多半能给我们带来一些奇妙的想法，而这些想法很有可能就是大家所说的创意。

想要成功，就一定要抓住你的爱好，不要轻易放弃。利用你的热情想办法为自己创造一个产业。

机会不止一个，看你要把握哪个

人一生中会遇到很多机会，上天赋予每个人的机会几乎都是一样的，所以，无论是哪一个，你都要认真面对，从天而降的机会事实上都是有用的，对于扎克伯格来说，95万年薪就是他人生的十字路口，也许他走哪一边，最终都会成功，只是成功的方向不同而已。

机会绝对不止一个，你无法决定机会到来的时间，可是你却有能力决定你是否要选择。在你做出选择前，你要明确你的目标，这样你才有机会做出正确的选择。

在扎克伯格的理论中，成功的机会并不只有一个，所以，我们也应多元化发展，让自己拥有多个可以选择的机会，这样才容易走向成功。

金钱证明不了你有多少才能

金钱和才能是不等量的，你能赚到多少钱，只是说明你有赚钱的能力，论起才能，它和金钱根本就不沾边，所以，不要用金钱去衡量你的才能，要时刻想着，你是为你自己而活，你有自己独特的想法，并且能更好地掌控你的人生。

<< 第一章 专注于编程的神童

如果你是一个年轻的创业者，你创业的动力可能是爱好。如果你是一个中年创业者，你创业的动力可能是养家。

有了创业的动力，才会有创业的能力。先找到你创业的原动力，再找出创业的方向，朝着创业的方向努力，这就是扎克伯格的成功诀窍。

马克·扎克伯格成功法则

第三节 去哈佛学习心理学的计算机神童

在拒绝了产业巨头高层领导的橄榄枝后，扎克伯格以优异的成绩进入了哈佛大学，人们都以为他会将专业的重心放在软件开发上，可是，当他坐在心理学教室中的时候，大家无不置疑他是不是有哪根神经搭错了。

在对外界解释原因的时候，扎克伯格说：“我只是坚信，人们最感兴趣的事物其实是他们自己。我相信人们喜欢做那些使自己开心的事情。为了使自己开心，他们需要了解他们身边的世界，了解他们身边的人。”

在当时，众多的人在思考，计算机和心理学到底有何联系，而多年之后，当我们随着时间的推移见证了一个奇迹的时候，我们得以去重新理解扎克伯格选择心理学作为自己专业的真实原因，也能够参透，扎克伯格本人以至“Facebook”后来的一系列历史，这便是这句话的诠释。

扎克伯格当时想要宣扬的是一种崭新的世界观念与方法论。当这

<< 第一章 专注于编程的神童

与扎克伯格的成就重合后，我们就习惯性地将其与扎克伯格本身所具有的、在软件编程方面的超人天赋结合起来，事实上，这些统计在一起，就迅速迸发出强大到足以重塑整个互联网乃至整个世界社交圈子的力量。

计算机和心理学之间有什么样的联系呢？

很多人不理解扎克伯格，大家开始纷纷议论，认为他是个没有头脑的神童。更多的人觉得扎克伯格是个没有思想的学生，做决定太过于盲目。对于这些质疑，扎克伯格从来没有认真理会过，他甚至庆幸有反对声音出现，因为有了反对声音，他才能更好地提高自己，同时，也能证明自己是特立独行的。

对于一个程序设计师来说，他们最稀缺的就是创意，而这些创意在当时群众的眼里有时候却是不值一提的小事，谁都没有想过创意会和心理学扯上关系，当然，大家也没有想到这个腼腆的男孩子能有什么超出想象的创意。

在哈佛那几年中，扎克伯格仿佛一匹黑马，逐渐在校园声名鹊起。找准适合自己的位置，用位置来决定目标。

如果用现在我们看“Facebook”的眼光来看当时的扎克伯格，我们会觉得他是个天生的“盖茨第二”，但是从扎克伯格选择性的问题上来看，他却是个固执的孩子。甚至可以说，他做的决定都有些孩子气，不成熟。

不过，随着时间的推移，扎克伯格有了属于自己的一系列主意。他并非如外界所说，他的决定尤其理智。

在之后的日子里，扎克伯格也因为自己的理智获得了一份属于自

马克·扎克伯格成功法则

己的成就。

对于我们来说，我们虽然无法像扎克伯格一样拥有两个大公司的青睐，可是，我们有自己的思维，也能创造出属于我们自己的成功。

成功不在于你有没有潜质，而在于你后天会不会去努力。

在扎克伯格高中时期，他甚至还是一个会将一条腿放在椅子上的痞子男，扎克伯格的“Facebook”上面就有这样一张照片，照片上的扎克伯格T恤短裤打扮，一只手按着桌面上的鼠标，而另一只手则抱着光着的左腿。很多人觉得滑稽，这样一个不注意个人形象的男孩，怎么就成了“Facebook”的创办人了呢？

在扎克伯格的主页上，他分享了很多自己的照片，那微卷的头发和灿烂的笑容就是他的头像，在扎克伯格选择“Facebook”的一瞬间，就已经决定要将自己的社交市场打开。

在很多场合见到扎克伯格，他总是腼腆地一笑，然后将他微微泛红的脸藏起来。事实上，最初的扎克伯格并不是一个善于表达的人，在陌生人出现的时候，他经常会躲在房间里不出去。

所以，在这种情况下，扎克伯格能够打造一个社交王国，几乎震惊了他身边的所有人。微软的工作与“Facebook”是完全不同的，所以，将当时的想法放到如今，依然有很多他的朋友无法相信，这个社交障碍患者是怎么突破自己的。

说到扎克伯格的社交恐惧症，大概很多人都记忆犹新，这个男孩每次面对镜头都会让人觉得腼腆不自然，很多人也都觉得，这是他的致命伤。在扎克伯格建立“Facebook”后，大多数人也觉得他是为了改善自己社交恐惧症所做的努力。但是事实上，建立“Facebook”的初期，

＜＜ 第一章 专注于编程的神童

扎克伯格已经能够和人很好地沟通了，在学校中，也有了一些追随他的人。

如今，在“Facebook”搜索界面上，如果你输入“Microsoft”，你就可以看到众多关于微软的主页，也就是说，这个曾经青睐于扎克伯格的大公司，现在已经是“Facebook”的客户之一了。

多年后，也有人开玩笑说，如果扎克伯格去了微软，那MSN现在一定叫作“Facebook”。就连我们现在用的“Word”，也许都是一个奇怪的名字。

不过，我们不得不去承认，扎克伯格选择去哈佛读心理学专业，还真是一个明智的选择。许多人质疑他是想子承母业，或者是他的性格没有定性，这些其实都不是特别准确的。

我们不妨思考一下他选择心理学专业的动机，又或者，是不是他在进入哈佛之前，就已经有了想要创立这个社交王国的想法，会不会这种想法才是他选择进入哈佛心理学专业的动机呢？

扎克伯格自从有了电脑后，便已经有专门的老师去给他私下上课，所以说，在哈佛学的计算机知识，也许并不是他所需要的，与其将他的时间浪费在此，不如选择一个能推动他日后事业的一个专业。而对于扎克伯格所设想的社交王国来说，最最贴切的专业便是心理学了。

通过心理学，他懂得了人与人交往的困难来源于什么，又该怎么去解决。他自己也是一个有着社交麻烦的青年，所以， he 可以从自己的角度出发，想到一个不用与人面对面就能社交的办法。

此前，也有人想要创建一个虚拟的社交网络，可最终都是半途而废，抓不准别人的心理成为了失败的主要原因。

马克·扎克伯格成功法则

于是，扎克伯格就是在吸取了别人的经验后，创造出一个独特的社交网站，也正是因为独特，“Facebook”才能在世界上引起社交潮流。

我们也不得不承认，在“Facebook”的创立中，有着一系列关于心理学的内容。人们能够通过虚拟的网络去克服社交恐惧，也可以避免在与人交往时，内心出现一种自卑感，反正网络是虚拟的，人们不用面对面去进行相亲式的演讲。

对于哈佛这所全球无人不知的学府来说，人与人之间的交往反而很少，有很多哈佛大学的学生抱怨过，在这所大学中，想要和陌生人接触实在是太难了，你不得不克服一系列的问题，还要战胜自己的心理，更重要的是，你必须有个十分健全而且强大的心理，否则打击肯定是受不了的。

之所以人们这样说，其实原因就在于，在这所学府中囊括了来自全球的学生，而这些学生中，又有很多类似阶级类别的情况，人们也会将自己归结到三六九等中，一旦遇到两个想要结识的人，就会遇到不少的麻烦。

而扎克伯格选择的心理学专业，正是能间接帮助这些人的专业，而将心理学与计算机融合到一起，你就会发现，这种全新的社交方式正迸发出无穷无尽的力量。

【成功法则】

做别人不懂的，学别人懂的

在多半人的心里，扎克伯格是一个疯子，他不但行事作风不按照

<< 第一章 专注于编程的神童

常理出牌，甚至连穿衣搭配都不会，一个大公司的 CEO 穿休闲装出席重大场合，这简直就是一条爆炸性新闻。不过，这对于扎克伯格来说，却是一件再正常不过的事了，他就是要做别人不敢做的，尝试别人所不了解的，当然，那些别人懂得的内容，他也会毫不犹豫地吸取。

在创业方面，大家缺少的就是经验，所以，看着别人的成功，你不能坐以待毙，你必须将对方的经验全部吸收，在吸收的基础上加以改进，这样才能获得绝对的成功。

半途而废是你成功最大的杀手

有些人创业，一见前期效益不好就匆匆结束了生意，对于一个创业人士来说，这就等于半途而废。

在创业前期，很多人会因为忙碌和劳累选择放弃，在放弃以后又会感到后悔，认为如果自己再多坚持几秒钟就能成功。事实上，我们需要突破的不是别人，而是自己，我们要与自己比较，这样才会更加容易体验到成功的快乐。

别人坚持的时候，我们也应坚持不懈，别人放弃的时候，我们更应坚持不懈。因为只有自己比对手更努力，才能锻炼出超过对手的实力。

前车之鉴是你最重要的参考

如果你有过前车之鉴，面对失败的问题，你会不会感到恐慌？当然会，这个问题就算放到比尔·盖茨身上，他也一定会感觉到恐慌。

过去给大家带来的仅仅是精神上的阴影，很多知名的企业家前期都不是一帆风顺的。就拿扎克伯格来说，他的成功初期遭到了很多不

马克·扎克伯格成功法则

明人士的质疑，但是，在这些质疑声中，扎克伯格却意外地成功了。当然，扎克伯格的创业也不全是“一次成型”，他经历过连续失败几十次甚至上百次，但这又能证明什么呢？成功的路上，我们总是在经历挫折，这些挫折并不代表永远的失败，只是代表着我们还需要积累经验。

其实，挫折更是一种财富，在挫折中，我们的能力会得到更好地体现。

第二章

在哈佛大胆创立 “Facebook”

创新法则：要在维持基本的原则上创新，一个成功的领导人或者企业家，在对待企业创新的问题上，总会高瞻远瞩，将眼光放得长远，同时也让自己的产业在创新的过程中没有丝毫颤动。

创新是一个企业的发展方向，随着创新意识的延续，企业的发展才能过关斩将，杀出重围。

马克·扎克伯格成功法则

第一节 黑客事件让他崭露头角

这个不拘小节的年轻人到底是如何创业的呢？这就不得不提到“黑客”这个词了。扎克伯格在哈佛时期，他依旧钻研各种各样的程序，直到大二的一天，他用黑客技术侵入了学校的一个数据库，并且将学校所有学生的照片打包拿来用在自己设计的网站上，供同班同学评估彼此的吸引力。这次的黑客事件，让很多媒体以为，扎克伯格是为了学校某个心仪的女生导演的好戏，可是，事实却与此大相径庭。扎克伯格曾多次说明，在此次事件之前，这名女生已经是他的女友了。所以，为追女生而开发程序这个说法并不完全正确。

在哈佛时代，扎克伯格曾被称为“程序神人”。他跟着犹太会友学心理学与运算科学。二年级时他开发出名为“Course Match”（课程搭配）的程序，这是一个依据其他学生选课逻辑而让用户参考选课的程序，也就是心理测试系统的升级版。一段时间后，他又开发了另外一个完全不一样的程序，名为“Facemash”，这个程序也就是“Facebook”的前身，让学生可以在一堆照片中选择最佳外貌的人。

根据扎克伯格室友阿里·哈斯特（Arie Hasit）的回忆，“他最

<< 第二章

在哈佛大胆创立“Facebook”

初做这个只是因为好玩”。哈斯特说：“他有几本名为“Facebook”（Face Books）的书，里面包括学生们的名字与照片，有时还会有几句简单的介绍。起初，他创建这样一个网站，放上两张照片，有时是两张男生照片，有时是两张女生照片。访客可以通过自己的审美来选择哪一张最‘辣’，并且根据投票结果来排行。”

这个让所有人热衷的竞赛进行了一周之久，但是到周一的早晨，访客们却突然发现它被校方关闭了，因为访问量太大，所以哈佛的服务器崩溃了，为了所谓的网络环境，学校不准学生再进入这个网站。此外，也有很多学生反映，他们的照片在未经授权允许的情况下被使用，这让他们心里有些接受不了。

对此次事件，扎克伯格曾公开道歉，并且在校报上公开表示说，“这是一个很不适当的举动”。

但是，这个好玩的网站，后来却一直被学生喜欢，最终发展为一个包含照片与交往细节的校内网站。也可以说，“Facebook”最早起源于哈佛。

黑客事件过去后不久，扎克伯格就与两位室友一起，用了一周的时间写网站程序，建立了一个专为哈佛同学提供互动的网站，并且，将这个程序命名为“Facebook”。顾名思义，是从“脸”下功夫，扎克伯格在“the Facebook”这个程序上，主要用照片来当媒介，吸引人们相互品评。

这个照片的魅力真的如此之大吗？当然！扎克伯格在大学时代面对的都是半成年人，这些人早晚有一天会面对朋友的分离，所以，能保留住永恒的就只有下照片了。

于是，一个打着回忆与社交的软件就这样面世了。

马克·扎克伯格成功法则

在哈佛的校园内，当“Facebook”出现在学生口中后，短短几天内就横扫了哈佛校园，成为了所有学生口中必要的话题。就连当初因为黑客事件抱怨连连的人们也都逐渐为其疯狂。

扎克伯格的朋友后来回忆说：“他当时就决定这是个很棒的网站，如果学校不同意他这样做，他也一定会自己做。”

果然，2004年底，“Facebook”的注册人数已突破100万人，扎克伯格干脆从哈佛退学，全职运营他自己的网站。

总体说来，扎克伯格的网站来源于哈佛的一次黑客事件，所以没有造成严重的影响，但是在多位同学的心里，这个社交软件已经扎下了根。有了前期铺垫，扎克伯格的社交网站也更加充实。

对于扎克伯格来说，初期的黑客事件是他成功的一个转折点，通过不懈努力成功地创造出属于他的一个事业。

当然，这其中也包含了扎克伯格的个人努力。“Facebook”面世后，扎克伯格为什么要学心理学这个谜团也解开了。

很多人以为扎克伯格在哈佛大学的时候会主修一些与计算机相关的课程，可是，当扎克伯格将自己的课程公之于世的时候，众人都为他捏了一把汗。心理学和计算机怎么能扯得上关系呢？难道他真的要脱离自己的老本行吗？

扎克伯格也许自己都没有预料到，今天的“Facebook”竟然创造出一个新视角，让计算机前面的人们彼此相距得更近。

大概没有人能想象得到，这个腼腆的社交恐惧症患者，竟然自己打开了社交的大门。如今扎克伯格已经是全球知名的富翁，他的成功仅仅是源于一次小小的黑客事件。

如果扎克伯格是一个中规中矩的男孩，那他和“黑客”永远沾不

＜＜ 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

上边。可是，从这件事上来看，扎克伯格并不希望自己仅仅是个“黑客”的代名词，他也绝对不是一个按照常理出牌的男孩，他有自己的想法以及探求能力。他能将自己的想法和行动结合起来，并且不会过于顾及后果。

他像海绵一样善于学习，他的提问远远超过一般人。他总是在不停地问为什么？为什么？为什么？他非常明白自己擅长什么。比尔·盖茨和乔布斯可都是扎克伯格的导师。

在媒体的报道中，“黑客”一词具有贬义，用来形容那些攻击电脑的人。事实上，“黑”的意思仅仅是迅速开发或测试能力范围。在“Facebook”办公室经常可以听到的黑客信条是“编码胜于争论”。

不论是出行还是穿衣，都是低调再低调，扎克伯格的最常见装扮就是：灰色T恤，牛仔裤加拖鞋。他的女朋友也是穿得非常随便就上街了，完全不把自己当成大人物。

扎克伯格曾被媒体称为“美国最穷的富翁”，因为尽管身家上百亿，他还是住在简陋的出租房里，开着廉价的本田车。去年才买了房，也买了私人飞机，但不常用。

2006年，时任雅虎（Yahoo）公司CEO的特里·塞梅尔出价10亿美元收购“Facebook”，被扎克伯格拒绝。“这辈子从没遇见一个人能够抵挡住10亿美元的诱惑。”特里后来对媒体说。

“最危险的事情就是不敢冒险。”我们鼓励所有人勇敢决策，即便这意味着错误。

扎克伯格在IPO上市前宣传视频中称，五年后几乎人们所使用的每一项应用可能都以某种形式与“Facebook”相整合。

“主宰”，正是乔布斯在创业、管理与产品方面所达到的境界，

马克·扎克伯格成功法则

他在扎克伯格身上看到了这些，并敬佩扎克伯格。

“Facebook”的收购交易主要是为了招揽技术人才。一旦扎克伯格发现他想要的人，他就会让公司里的其他人想办法将目标人才挖过来。在加盟“Facebook”之前，桑德伯格为谷歌网络销售部门负责人，扎克伯格花去了50多个小时，才说服桑德伯格同意加盟“Facebook”。

努力工作，确保“Facebook”所有员工都可获取关于公司尽可能多的信息，以便他们做出最好的决定，产生最大的影响力。

扎克伯格曾被古希腊和古罗马的文化所深深吸引。在儿童时代，他最喜欢的一款视频游戏是《文明》。该游戏的获胜目标是“建设能经受时间考验的帝国”，《文明》被指是扎克伯格“发展‘Facebook’的基石”。

在“Facebook”公司的办公室里，随处可见的是冒险游戏（RISK）的桌游盒子。这是一个在世界地图上展开的游戏，2～6个人分别用兵力占据一个个国家，最后以一方消灭所有敌人占据整个世界结束。

他每年给自己定一个新计划，获得一些全新的体验。

扎克伯格是个击剑手。他随身带的少数行李中有些是击剑用品。据他的室友回忆，他踱步时，有时会习惯性地走过去拔出自己的剑，一只手开始在空中挥剑，一只手就放在身后，向前送出剑时说着，“好吧，我们来谈谈。”世界对他来说，就像一个击剑比赛，他习惯保持伺食者的警惕，寻找最合适的机会下一击。

如果你觉得这些就是“神童”应该生存的世界，那你大可不必称呼他为“神童”了，因为以上扎克伯格的做法，全都是一个CEO的铺垫。

大概很多人还习惯称呼扎克伯格为“神童”，以为“神童”这两

<< 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

个字就是衡量扎克伯格的标准。事实上，扎克伯格的能力只有三年是“神童”级别，其余的时间，他都是在为成功做准备。那个时候的扎克伯格并不是一个小孩子，而是一个名副其实的继承人。

为了能够让自身有继承 CEO 的标准，扎克伯格经历过不少训练。他甚至恨不得将自己全部的时间都用在在学习上，只要自己有机会，他就绝对不会放弃成功的大好时机。

这个时候的扎克伯格不是“神童”，而是一个名副其实的 CEO！他把自己的定位重新放在职场中，甚至有些厌倦“神童”这个称呼，他想要成功，所以，他的思维不能再停留在孩童时代。

当扎克伯格逐渐脱离了神童这个名词，他便已经成熟地站在“Facebook”用户面前。如果将扎克伯格强行扣在“神童”这个名词上面，他也已经给全世界所有关注他的人交了一份满意的答卷。

【成功法则】

成功其实很简单，如果将扎克伯格的成功与努力挂钩，这一定不是圆满的说法。扎克伯格的成功要素是这样的：

有个良好的准备工作，也就是所谓的学习阶段

扎克伯格在进入哈佛大学后，他的学习从未间断过，他不仅让自己能够更加容易地面对问题，还努力克服了自己的社交恐惧症。

扎克伯格能够找到自己的人生目标一定是经历过深思熟虑的，他有自己的想法，所以能给自己设定一个合理的目标。随着目标的不断

马克·扎克伯格成功法则

提升，扎克伯格的努力也会不断加强。

随时调整目标，让自己赢在中场

如果自己定的目标过低怎么办？

答案很简单，随时更改目标，让目标和自己的能力保持在同一水平线上。有些人不明白，为什么自己努力了一段时间后，自己的信心会逐渐减弱呢？

其实，这就是由于目标被自己完成后，目标消失的原因。所以，在制定目标的时候，应该将自己的目标放在首位，然后将目标随着时间推移而调整。这样及时做出调整，在成功后，自己的信心才不会消失。

掌握你所期望的内容

抓住梦想就不要放弃，很多人在有了梦想后，还没完成就急着换目标，或者前面有一点点的困难，自己就严重力气不足。

事实上，在为事业拼搏的时候，要强迫自己完成每一个理想，让理想包裹住现实，这样才能获得你期望的内容，当然你也能够获得一份成功的喜悦。

别去怀疑自己

像扎克伯格一样，如果我们也因为黑客事件被人质疑，那我们会选择怎么做呢？

第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

其实，扎克伯格是个聪明人，他选择去平和地道歉，然后继续自己的理想。自始至终扎克伯格都没有怀疑过自己。所以，他才能在众人的眼里出色发挥。

马克·扎克伯格成功法则

第二节 两个星期快速推出“Facebook”

扎克伯格进入哈佛校园的那一年，他已经整整学了7年编程，可以说，代码就是他的朋友，而且是一个永恒的朋友。

在现在的生活中，扎克伯格依然坚持一种人性化的、社会学色彩浓厚的世界观与方法论，而“Facebook”“社交”，包括“Facebook”上线之后所做出的每一次改进，无非是这种世界观与方法论的具体化形态。

然而，这个我们现在所关注的社交王国，在扎克伯格创立初期，却是为“别人”所搭建的。

这是为什么呢？

事实上，当初扎克伯格创立“Facebook”是受人之托，也可以说他是受人雇佣，来做一款社交网站，可他却悄无声息地先做了自己的网站，并且提前上线，很明显，他是看到了社交网络将会给网络带来一个巨大的改变。

如果我们还将扎克伯格定位为一个不靠谱的青年，你就不得不去佩服这个不靠谱青年敏锐的洞察力了。

<< 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

从扎克伯格大一搭建网站“Facemash”的时候开始，他便不断表现出对于人性欲望与人际互动特殊的敏感。“Facemash”是一个供人上传其照片进行彼此投票的网络平台，用户可以对其进行评分，并且在同学之间选出自己心仪的那位。在“自我展示欲”与“窥视欲”的共同作用下，年轻大学生也就更加容易被带入其中。事实上，扎克伯格的初衷很好，他是为了建立同学间的关系，此网站刚刚上线的几个小时之内就有多达 2.2 万名用户彼此投票。但是最终，哈佛校方因“有伤风化”勒令该网站下线。之后还有传言是因为网站让校园网点击量过高导致网页崩溃，所以不得不关闭这个网站。

2004 年 2 月 4 日，在“Facemash”下线后，扎克伯格与同宿舍的几个同学，用 10 天时间搭建“Facebook”，并且整装上线，此时，处于交友欲望高涨阶段的哈佛大学生蜂拥而至，截至 2 月底，不到一个月，整个哈佛 3/4 的在校生都注册了“Facebook”账户。

人们开始将同学的账户加为自己好友，并且了解对方的喜好，提升社交能力。“Facebook”的成功很大一部分是源于社会心理学中所谓的“群体压力”，而且包含了各个学生的从众心理，正如 2004 年哈佛大三学生奥利维亚·马（Olivia Ma）在接受《纽约客》杂志采访时所指出的：“我清楚地记得刚开始使用“Facebook”时那种神秘的激动。因为你知道，中午坐在你餐桌边吃饭的那个家伙，可能就是前一天晚上在“Facebook”上与你交流过你的人！”

或许是因为心理学的基础在生活中给了他很强大的启示，对社会心理学的熟稔，扎克伯格坚持“Facebook”必须实名制，并且严格一个校园一个校园地推广“Facebook”，从而最大限度地保持了奥利维亚·马所说的“神秘的激动”。

马克·扎克伯格成功法则

这种新奇的感受也成为“Facebook”能够在当时已经出现的社交网站“Friendster”以及“MySpace”中鹤立鸡群的根本原因。

有人说“Facebook”这种东西之所以能长久发展，是因为有扎克伯格的程序编程能力，但是综合所有的内容可见，“Facebook”中蕴含的更多的是心理学基础。

当“Facebook”横扫哈佛校园时，众多的学生会为其着迷，就是因为心理因素作祟。就连社交恐惧症患者扎克伯格自己，也是“Facebook”的忠实粉丝。

为什么这个程序能引起哈佛大学的“Facebook”狂潮呢？

一个人到了大学期间，就已经处于一个尴尬的位置，这个时候的自己，并不属于完全的学生，也不属于完全的成人，心理素质往往介于二者之间。

所以，到了大学，面对那些既陌生又熟悉的同学同伴，这些人的心中必定需要一份不符合常理的狂热。这个时候，学生心中涌动的小火苗，在“Facebook”出现的一刹那就被点燃，成为一场熊熊燃烧的大火。

于是，人们开始尊崇内心的召唤，将全部精力放在社交上面。毕竟，隔着网络这个屏障，人的自信会莫名得到提升，然后用自己保存完整的信心去搭讪网络中每个自己想认识的人。

有了网络的保护，人们不会轻易泄露自己的目标，并且能够找到网络中每一个自己想认识的人。在校园中，这种彼此交流的社交方式也逐渐被普及。

“Facebook”也逐渐因为功能问题变得更加丰富多彩。

“Facebook”绝不仅仅是两个人相互认识的沟通器，在网络中，

＜＜ 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

人们习惯将自己藏在屏幕后，自认为这样很安全，有了网络的保护，自己不会真实地暴露给外界，人们也不会产生任何抵触心理。

而在“Facebook”这个网站上，我们可以看到，“墙”“捅一下”“礼物”等内容，正悄悄占据了整个网站，这些内容也被我们称作社交的附属品。

在两个陌生人交流的时候，用这些希望的功能表达渴望认识彼此的心理，如果恰恰对方也有同样的心理，那么两个陌生人就会顺理成章地走到一起，成为网络上的朋友。

而这个网站也蕴含着巨大的潜力，并且这种潜力是无穷无尽的，也是人们所为之疯狂的。

如果说，在“Facebook”诞生的初期，扎克伯格依然在苦苦寻找互联网上人际交往途径的话，那么“Facebook”这个图片功能的推出就意味着这个交往途径的正式确立。

当确立了发展角度后，扎克伯格就不是以一个学生的立场站在哈佛校园中，他是一个发明家、设计师，也是一个沟通大师。

有人曾经说，从某种确切的角度上来看，整个“Facebook”的发展史基本上可以划分为“前图片功能时代”和“后图片功能时代”。

所谓的前图片功能时代，就是扎克伯格出于其自身对人际交往互动机制的特殊敏感，他始终将自己定位在一个不会社交的人群中，并且在社交这件事上，他也有一定的抵触情绪。所以，“Facebook”出现这么久后，依旧严格要求的实名制，并且使用以校分区的方式来控制“Facebook”的扩充增长速度。因为“Facebook”建立的成功，与其在封闭密集的环境内进行推广有着直接的关系。当然，另一个层面也正是扎克伯格对于“Facebook”实名制偏执狂般的执着，这使得原

马克·扎克伯格成功法则

本鱼龙混杂的互联网有了第一次同现实世界高度接近的站点。在全是陌生人的网络中，扎克伯格成功地给他们都赋予了“马甲”，让自己可以用真实的身份去接近陌生人。在一个分不清聊天对象是一个人还是一条狗的网络时代，“Facebook”为所有网络玩家开辟了一条干净的网络大道。

但是，这个世界太像现实的世界了，人们在关注网站的同时，也开始关注扎克伯格这个人，看到他资料的时候，人们会莫名其妙地感叹一句：“这就是大名鼎鼎的程序神人吗？”那些在哈佛引领过潮流的软件不经意间成了扎克伯格的代名词，可是，人们却清楚地知道，互联网的神奇还没有真正意义上从其身上显现出来。

直到2004年后半年时，“Facebook”的“留言板”功能全面推出，使得“Facebook”终于摆脱了“校园花名册”的局限性，一个社交帝国雏形初现。这个全新的社交网络让所有用户为之火热，至此，扎克伯格也算是为他的偏执收获了一片重塑未来整个互联网世界的金矿——这个将现实社会融入进网络的产物逐渐被全世界所接受，成功打开了设计市场。不过那个时候，就连扎克伯格自己都不知道其实他已然坐拥一座巨大的金矿。那个时候他正一门心思地优化“Facebook”的用户体验区，以求打造出一张更为真实、精致的“社交图表”。

在此期间，扎克伯格这个名字又一次在哈佛掀起了一阵高潮。人们纷纷议论这个神人，将他放在偶像的位置上。

在哈佛，扎克伯格发生新的变化是在2005年3月。那时，在线图片储存网站“Flickr”被雅虎收购，人们的照片可以储存到网站上面，在线图片储存业务瞬间形成潮流指标。此时的扎克伯格也开始考虑是否要在“Facebook”上开发出所谓的图片储存功能，让“Facebook”

＜＜ 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

更加充实。而在决定图片标记方式时，扎克伯格以及他的创作团队却决定用一种全新的方式——以往在互联网上储存图片都是用主题、时间、地点等方式来作为图片标签，然后让用户进行分类检索。但是，“Facebook”团队最终决定以每个用户社交网络中的关联人物作为标签，并且每个被标注到的人都会收到提示信息，进而可以分享到这张照片。

这一举措确实实让图片与已存在的社交图表迅速发生“化学反应”。与其他只做单纯图片分享的网站有所不同，“Facebook”让图片在基于人际关系的层面上，主动推送，大大提升了信息的传播效率，进而让网站的活跃度又一次得到跃升，人们只有有了网络的媒介才能更加紧密地联系，社交网络中的全部好友间都同时多了一种更加丰富的互动方式。实际上，到了2005年10月，“Facebook”图片功能在短时间内就成为了互联网上最炙手可热的图片分享网站。大家热衷于彼此分享，那些陈年的旧照也成了大家所热衷的产物。在其开通的一个月时间内，85%的用户都至少在一张图片上被标记了出来。

正是因为“Facebook”图片分享功能的设计成功，使扎克伯格产生了“积极的顿悟”。他意识到，连通两个陌生人之间的关系绝对不应该只通过普通的沟通，应该由媒介来把普通的在线活动与社交关系相互叠加起来，可以释放出巨大的力量。正如“Facebook”内部员工马特科勒所说：“对我们来说，那是第一次感到惊讶，社交图表能够被用来当作一个分配系统。分配的途径是人与人之间的关系。”

无论是用户还是员工，都在同一时间对扎克伯格投去了崇拜的目光。在此期间，人际关系通过互联网有效地传播开来，两个相互不认识的同学也能够借助中介人物相互了解。这样一个基于关系的传播方

马克·扎克伯格成功法则

式，让很多人的关系加深了。但这并非扎克伯格最终的决策，他的目的并非让所有人都结识到陌生人，而是要在陌生人中建立起一个关系网，将每个有所联系的人都结合到一起。

正是因为扎克伯格不懈的努力以及对自身的不断提升，他有了一个完善的系统，将网络人际关系处理得异常得当。

这个利用网络营销人际关系的天才，已经被全球所有客户所知晓。

在哈佛校园，当你提起最流行的社交软件，他们会异口同声地说：“Facebook。”如果你问哈佛程序神人是谁，大家肯定会异口同声地说：“扎克伯格！”

就是这样一个其貌不扬的男孩，成功改变了一个时代的社交方式。

【成功法则】

成功不等于坐享其成

从“Facebook”首次出现，到今天这么多年过去了，扎克伯格一直和他的团队在一起，仔细分析每一个漏洞，执着地将这个网站更新到找不到一丝瑕疵。

当然，也可以理解成，“Facebook”的每一次革命都有扎克伯格的参与。

可以说，扎克伯格能够将“Facebook”发展壮大，完全是靠他不懈的努力和对客户群体的了解。他经常置身于这个网站，用自己所学的心理学知识去了解对方的需求。

与其说扎克伯格创造了“Facebook”，倒不如说是“Facebook”

<< 第二章

在哈佛大胆创立“Facebook”

创造了这样一个程序神人，当然，扎克伯格和“Facebook”是密不可分的。

后期实践至关重要

研发网站前期，整理资料 and 关注需求必不可少，所以，扎克伯格总是在校园中细心观察每一个从他身边走过的人，也许这个人就是他不久之后的客户。

在网站成功面世后，扎克伯格所需要的就不仅仅是观察了。他开始将客户心理放在首位，他想知道，客户登录“Facebook”的主要目的是什么。

于是，他开始将大把的时间都放在后期观察上，也是我们所说的“售后服务”，这不仅仅是一个发现自身不足的方法，也是一个弥补不足的好方法。

再强大的程序员，如果一条路走到黑，那是肯定不行的，所以，扎克伯格将眼光放在了创新和持续发展上面。

此后，就连他的同窗好友都忍不住感叹：“这个程序神人不一般！”

马克·扎克伯格成功法则

第三节 像盖茨一样从哈佛退学

当一个叫作“Facebook”的社交网站轰动全世界时，当美国总统奥巴马成为“Facebook”的忠实粉丝时，当扎克伯格毅然决然地辍学经营“Facebook”时，当众人都在议论他和盖茨有很多相似之处时，大家也都在劝他，你可以适可而止了！你可以见好就收，你看，就连总统都成了你的忠实粉丝，你已经很成功了，所以，你该选择走捷径，无须每一步都走得如此艰难。

他微微一笑，因为他记得他曾经说过一句话：“开设一家像‘Facebook’这样的公司，或是开发一款像‘Facebook’这样的产品，需要决心和信念。所有值得做的事都是十分困难的。”有着那么一份信念和决心，捷径是什么？或许捷径真的可以让马克·扎克伯格成功，但是它也是害得在“龟兔赛跑”里面的那只兔子以最不应该的方式输给了乌龟。

刚到而立之年的扎克伯格，比他的外表看起来更加成熟一些，他在短短的几年时间就已经克服了眼前的和身边的困难。

压力对他来说根本就不算什么，因为如果他有压力，他就一定会早早地听别人的话，去走那些人口中所谓的“捷径”去了。所以，总

<< 第二章

在哈佛大胆创立“Facebook”

而言之，压力虽然会产生动力，但是也会给你带来一些侥幸心理，比如，这种很奇妙的东西甚至可以迫使你听了你不该听、不该理会的话，而走向另外的一条路。当然，并不是每一条捷径都会带你去一个世外桃源，也有捷径会让你“误入歧途”，将你已经创造好的东西终止，接着，你的信念也许就会消沉，没有了信心去继续，梦想的实现也就戛然而止。

就在他才仅仅是一名大二的学生的时候，便已经发明了一个叫作“Facebook”的软件风靡于哈佛大学。学校里面的大部分同学都热衷于这个“Facebook”，可是上帝如果给你打开了一扇窗，也就必定会给你关上一扇门。正在扎克伯格得意的时候，“失意”也接踵而至，那就是在网站没有开多久，一部分同学就“上书”给校方说扎克伯格没有经过他们的允许就放照片在网站上，尽管仍旧有很大一部分人很支持马克·扎克伯格的这个“Facebook”的做法，但是人总不会是一帆风顺的，学校还下令不许同学们进入这个网站。这个很宅的“神童”脸似乎变红了些，他为自己所做的一切，在校方的面前出面向大家道歉，并且表明自己以后不会再这么做。虽然他很喜欢有更多的人来关注他自己所做的网站，但是他更希望的是以更好的方式，同时以更好的效果让大家关注他的成就和他的作为。

俨然，他知道作为一名侵入别人电脑的“黑客”，虽然真的会让事情变得很简单，会在很短的时间内让很多的人关注他的网站，但是这根本就不是一个长久之计，捷径终究是没有好结果的，即便是有也只是逞一时之快。可是这个学校的事件并没有打击到他，高高的鼻子下面的那张小嘴笑得还是那么灿烂：“既然学校不让我干，我就自己单独干一个网站，既不让校方受到同学们的不满，也要让很多人知道我，马克·扎克伯格也是可以做好一件事，并且要做得很好。”

马克·扎克伯格成功法则

如此的抱负可不是一般人做得到的！经过了很长时间的纠结之后，马克·扎克伯格就向他的学校——那个多少人都盼望着的哈佛大学，递上了他的退学申请书。这使他如释重负，虽然是做了很大的决定并且有些惋惜，但是毕竟还是走出了这一步，就没有理由放弃。从此，他便再也不是这个学校的学生了。

不得不说的，是退学这一件事。不是退学的学生都是“坏学生”，或者是支付不起学费的家庭而迫不得已，才让自己的孩子离开向往的学校，马克·扎克伯格因为心中有着别人不能理解的理想追求，所以才辍学。还有一个人在这里是不可忽视的，他是马克·扎克伯格的“偶像”比尔·盖茨。那年，比尔·盖茨也是不顾别人的看法，辍学创业，现在是世界首富。马克·扎克伯格也有这样的理想追求，他也相信，努力一定就会成功。

接着来说，没有人计算过他的这个举动到底受到了别人的多少个不理解，就连他的同学，或者说是素不相识的校友都替他感到惋惜。退学这个举动对他来说并不是一个最坏的决定，因为这意味着扎克伯格从此以后将把心思全部放在了 this “Facebook” 上面。经历了学校否认他网站的事件后，他成长了不少。

他为了这张“Facebook”能让更多人知道，翻阅书籍，整天把自己泡在一个被翻东西翻到凌乱的屋子里，编写新的程序，联系自己的朋友在课余时间帮他打理，吸取别人的教训，把自己的东西和别人的东西结合在一起发到“Facebook”上面，把新的血液注射到“Facebook”上面。所以，一盒泡面作为晚餐，一天一夜不合眼，已经变成了马克·扎克伯格在创业阶段的家常便饭。他就是这么废寝忘食，不达到目的

＜＜ 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

决不罢休。

其实大家都知道，有许多的社交性网站在网络上很活跃，而且如果你“百度一下”关于怎么创建一个社交网站，需要哪些东西，就会搜出来几十万几百万的东西。可是他没有，捷径终究不是他想走的路。也同时警醒着很多人，最好不要走的就是这条路。

果然，他的“成长速度”飞速飙升，短短的几年悄然地过去了，他的宝贝“Facebook”变成了全世界最重要的社交网站之一。走在路上的马克·扎克伯格似乎都霸气外露，却亲和可人。原因真的很简单，他走过了属于他的艰难之路，已经走在了他人生的高峰。一步一步，踩在脚下的都是险恶的路，做好自己的同时，不去看别人，不拘泥于过去，走自己的成功之路，而不是看别人，跟在别人后面走捷径就足够。

对于扎克伯格退学这件事，有了前车之鉴，大家似乎也是意料之中，可是，当他真正离开哈佛大学后，大家也不得不替他惋惜，这也许是他认为做得最正确的事情，可要知道，哈佛大学成就了他，无数人站在哈佛大学的门口却没有办法走进去，而扎克伯格却在大家羡慕的目光中选择了退学。

不过，可惜归可惜，如果扎克伯格继续在哈佛，也许，“Facebook”不会发展得如此顺利。

说起来，扎克伯格的未来似乎是一片大好的，纵观扎克伯格退学的原因，应该是经过深思熟虑权衡的，否则，扎克伯格不会在放弃 95 万年薪的工作机会选择哈佛后，又因为另一个工作机会放弃哈佛。

如果你知道，扎克伯格从哈佛大学退学的那一年，正是“Facebook”

马克·扎克伯格成功法则

刚刚正式起步的初期，你就不会对扎克伯格的选择了感到意外。

扎克伯格有着敏锐的洞察力，所以他知道，这个时候，“Facebook”更加需要有人去带动它发展，于是，扎克伯格便成了这个人。在他不断努力下，“Facebook”脱颖而出。

没有人能一步登天，当然扎克伯格也不可能。在大学时期，扎克伯格一直在整理思路，也是在为他的成功做铺垫。

他曾说，成功没有捷径可循，所以，扎克伯格的成功也是经过了烦琐的练习，并且不间断思考，在努力过后，终于获得了他所期望的成功。

金钱名利是世人大多都追求的，刚刚从哈佛大学辍学的马克·扎克伯格却不像别的年轻人一样追逐着所谓的名利金钱，而他更是多了一点点倔强。想到什么就做什么，想做什么就敢做什么。

其实，在马克·扎克伯格心里，并没有预料到这一“张”“Facebook”能有这么大的成就，也就是一份信念，让他不停息地永远努力方才可以换来硕果累累。

有的时候，钱真的是一种很好的东西，“有钱能使鬼推磨”，这句话也一点不差。衣食住行，统统需要钱。但是如果你真的很有钱，你的烦恼就会很多。

真正的友谊和“高智商”的朋友是一个人成功的根基，但是假如你真的有了钱，而又没到你所说的那么成功，这个时候如果再想往上爬，就不是一件很简单的事情了。你没有了朋友，每一个人都只会对你阿谀奉承，大到同事朋友，小到邻居亲朋，大家都没有真正地和你交心、交朋友了，那么成功也就变成了纸上谈兵，一点作用都不起的。

＜＜ 第二章 在哈佛大胆创立“Facebook”

成功是成功，金钱是金钱。也许有些人认为只要有了钱，此生足矣，但这毕竟不是所有人的追求和目标。马克·扎克伯格说过：“我如果想赚钱，我早就在比尔·盖茨之上了！”这句开玩笑的话，虽说他是无心说出来的，但是也颇有深意。

因为马克·扎克伯格知道，如果有了钱，就不一定会有“Facebook”的今天，这是他的“儿子”，他不会丢掉，也不会随随便便地就送给别人。

人人称马克·扎克伯格是“盖茨第二”，但是又有几个人知道他并不喜欢这个称呼呢？他更喜欢别人叫他扎克伯格、扎克或者是混蛋，他都不希望他的名字和任何有关与金钱名利的东西纠葛到一起。

这就是一个企业家的人生态度。金钱和成功并无半点关系。

【成功法则】

无论是谁，如果已经有了一份自己所追求的东西，那就无论别人给你多么好的好处，让你过上多么理想的生活，请都把它们丢到一边儿，变成“浮云”。

有些东西，是不能用钱来衡量的，比如成功。然而，有些东西，也必须是要做好决断的，比如马克·扎克伯格，他就是一个很好的榜样，向他学习，向他看齐，把和自己努力和理想无关的东西抛开。有一首歌这样唱过：“谁的眼光都无关紧要，我的未来自己很明了。”如果你知道自己未来想要的是什么，你就不会将钱放在首位，你会有一双明亮的眼睛，能够看到自己未来的路，并且知道哪一个方向才是最正确的。

马克·扎克伯格成功法则

你的未来是你做主的，用你努力的所有，蘸一抹汗水才能绘出未来的蓝图，而并非去用金钱购买别人的成果铺就自己的路！

再说，21 世纪的社会没有“银子”的确是活不下去的，但是只要你手里还有一百元就要有点“干劲”，让心中的热血沸腾，说不定，把你的全身都紧张在一起的时候，幸运就会悄悄来临！

第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

在“Facebook”创立后，扎克伯格便井然有序地做出了一系列决定。首先就是将公司搬到硅谷，并且在硅谷为“Facebook”准备了一个独特的公司，让“Facebook”一入驻就成为了大家瞩目的对象。

马克·扎克伯格成功法则

第一节 把公司搬到行业精英云集的硅谷

在国外，每当世界知名 CEO 齐聚一堂时，总是会有一个穿着宽松随意的大 T 恤，松垮而且有些掉色的牛仔裤，外加上一双阿迪达斯的运动鞋的男孩出现，这样一成不变的打扮让这个男孩看起来和一个普通大学生没有什么两样。可是，在美国大学生中，不会有人不知道这个男孩子的事迹。谈起扎克伯格成功创业的经历，众多大学毕业生都甘愿放弃华尔街的大好前途，奔赴硅谷。这个男孩就是扎克伯格，一个举手投足都是学生气质的 CEO。

很多学生不理解，即便科技的力量再怎样吸引人，扎克伯格也不该放弃学业走向职场。但是，当他这个哈佛辍学生被推到前台后，他便逐渐成为了全世界所瞩目的焦点。这个在 2004 年毅然从哈佛大学辍学的学生，在此后的日子里，经常会被拿来与盖茨进行比较。而在此之前，科技界最具盛名的人当属同是哈佛辍学生的微软创始人比尔·盖茨。

人们总是将这两个人拿出来相互比较，并且不定时将这两个人放在同一个位置进行参考。扎克伯格创立的社交网站“Facebook”向美

<< 第三章

“Facebook”在硅谷的几次融资和发展

国证券交易委员会（以下简称 SEC）提交 IPO 申请，拟融资 50 亿美元。如果按照“Facebook”1000 亿美元的估值计算，他的财富将达到 284 亿美元。有着类似经历的人，只有盖茨和扎克伯格。

在全球财富榜的前 100 名富豪中，也只有谷歌的联合创始人拉里·佩奇和谢尔盖·布林年纪在不惑之年内，这不禁让人们联想到扎克伯格的年纪以及阅历。人们曾经戏称，“按年龄平均进行计算，扎克伯格将是地球上最富有的人”。事实上，人们更多的是将他称为“盖茨第二”，也就是全球唯一一个能和盖茨相提并论的程序怪人。

不过，这个怪人却经常做出一些让所有人震惊的事情，他表示从明年开始只领取“一美元”的工资。在大家直呼不可能的时候，扎克伯格却说，这仅仅是开始。提交上市申请后，扎克伯格贴出了自己办公桌的照片，他用巨幅的“保持专注、继续前行”（Stay Focused & Keep Shipping）标语来时刻警醒自己，并且继续践行创业的理想：让这个世界更加开放。

人们似乎已经忘记了，在很多年前，扎克伯格就是为了这样一个目标而开发“Facebook”这样一个社交网站。现在，“Facebook”已拥有 8 亿用户，成了世界“第三大国家”，就连美国总统奥巴马、英国女王伊丽莎白二世等政治人物都成了它的忠实用户。

“他很专注。他所认定的事情是决不会改变的，从这一点上来看，他是一个傲慢的人。我认为，他也希望能将这种傲慢和自信植入公司的内部。”一名“Facebook”内部人士说，“这帮助他成为了一个伟大的领导者，一个值得他人信赖并可以放心追随他左右的领导者。”

扎克伯格的固执表现在很多方面。比如，“Facebook”每年总有那么一两次，用户集体跳出来表达对网站改版的不满，并且在世界各

马克·扎克伯格成功法则

地发动大规模的抗议活动，要求将页面恢复原状。但是扎克伯格的做法无一例外——统统无视这些抗议，仿佛这些事情与他无关，然后用户继续乐此不疲地在“Facebook”上和好友分享自己的生活。

表面看上去，似乎扎克伯格比上亿用户要更加了解他们自己的喜好。这或许应该归功于他的执着与专注。

在“Facebook”内部，扎克伯格从不喜欢使用公司的独立办公室，他总是和其他工程师坐在一起工作。“Facebook”负责重新开发信息系统的安德鲁·博斯沃思先生曾在采访中表示，扎克伯格不仅在短时间内规划了公司最初的创意，甚至还在产品发布前的周日晚上，与工程师们一同彻夜工作，修补漏洞。从这里可以看出，这个小富豪展现给大家的是其平民化的一面。

但耐人寻味的是，这个洋人富豪多年来都保持着每周三和周五花一小时学习中文的习惯。尽管目前的“Facebook”暂时还无法进入中国市场，但“Facebook”已经开始未雨绸缪，并把中国制造的“人人网”、“腾讯微博”和“新浪微博”列为中国区域的竞争对手。当然，扎克伯格的中国情结或许还真的是来自于他有一位华人女友。

在《史蒂夫·乔布斯传》中，心高气傲的乔布斯竟然也把扎克伯格视作硅谷创新传统的最好接班人。从“盖茨第二”到“乔布斯接班人”，扎克伯格不断受到追捧，可眼下，这位接班人要面临的挑战也真是不少。

在很多人眼里，扎克伯却都是一个乳臭未干的孩子，可也正是这个孩子，缔造了一个世纪的传奇。在“China Venture”投资集团的首席分析师李玮栋看来，扎克伯格和他的“Facebook”还缺乏历练。

“‘Facebook’成立了8年的时间，尚未经完整的经济及行业周期，和苹果、亚马逊、谷歌相比，也没有类似这些企业大规模的业务转型

＜＜ 第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

与开拓经历，它的抗风险应对能力尚待考证。”

美国的投资公司“Gamco Investors”投资组合经理拉里·哈维特(Larry Haverty)也指出，“Facebook”的管理结构太像是独裁专政了，它的经营风格就好像是一个还没有改革开放的城市，需要投资者屈服于创始人的权力之下。例如，即便目前已有数位知名投资人加盟该公司董事会，扎克伯格还是拥有绝对的战略定夺权。这样，就造成了家族式的经营模式，外部看来似乎扎克伯格的独裁专制让股东们利益无法得到保证，但实质上，股东并不见得希望扎克伯台下台。

当然，扎克伯格也遇到了新的问题，怎么留住人才是问题的关键。硅谷向来鼓励冒险精神和创新精神，硅谷所在的加州法律甚至不允许公司雇主与员工签署“竞业禁止条款”。

此外，隐私性问题也是一把悬在“Facebook”头上的双刃剑。此前“Facebook”多次因隐私问题而栽跟头。用户已经习惯并乐意在“Facebook”平台上与朋友和同学分享众多自己私密的信息，不过“Facebook”让用户很难限定自己愿意或者不愿意公开的信息，为了让广告更加精准，这意味着“Facebook”可能进一步使用用户个人信息，从而很可能激怒用户和相关监管机构。

在质疑声中，人们仍然有太多理由去相信这个有理想、有抱负的年轻人还将创造更多让人叹为观止的奇迹。听听他在“Facebook”上市时公开信中的那些话吧：“我们是为了投资者和员工而上市。‘Facebook’的创建目的并非是成为一家多么优秀的公司，是为了践行一种社会使命，让世界更加开放，人与人的联系更加紧密。”

在“Facebook”创立后，扎克伯格便井然有序地做出了一系列决定，首先就是将公司搬到硅谷。硅谷为“Facebook”准备了一个独特的公司，

马克·扎克伯格成功法则

让“Facebook”一入驻就成为了大家瞩目的对象。

与其他的类似网站第一天就开放给整个世界的用户来用不同，“Facebook”的扩张步伐显得步步为营般谨慎。在“Facebook”开放给其他学校以前，它先获得了哈佛广场的 3000 个用户。3000 个用户对绝大多数网站来说是个不值一提的数字，但是对于哈佛这个 5000 个本科生的学校来说，等于牢牢地占据了哈佛的市场。

在一个市场占据了绝对优势以后，“Facebook”才向波士顿周边的大学开放，并缓慢地向其他常春藤大学扩展。直到后来才谨慎地加入了高中，之后是公司，直到很后来，才允许所有的用户注册。马克深知一个道理，与其在各个市场都是第二名（一个最好的反面例子是 hi5.com），不如一个一个拿下。当在一个城市达到爆发式增长的临界点以后，才转入下一个战场。

“Facebook”的扩张，就是一个现实版的冒险游戏（以下简称 RISK）游戏。先进入那些疆土，如何进入，在何时进入下一个，变得至关重要，而这个游戏在战术上面不做纠结（就是简单的投骰子决定胜负）。“Facebook”办公室头上的国旗，在现在的阶段是装饰，但在开始全球扩张的过程中，更像是令旗，通过阶段性的，十几个国家一批的方式，逐步从美国扩张到欧洲再到亚洲。“Facebook”通过清晰的战略规划，最终赢得了大部分的世界。现在“Facebook”全球超过 70% 的流量来自美国以外就是初步胜利的结果。

实际上，早在读高中时，扎克伯格就是“RISK”迷，还曾经自己动手改写过这个游戏，“‘Facebook’办公室那款游戏很有可能是他那时改写的那个版本。

“Facebook”2011 年 7 月新迁入的加州门洛帕克（Menlo Park）

<< 第三章

“Facebook”在硅谷的几次融资和发展

办公园区，楼内设计简单而一览无余，座位与座位之间没有任何遮挡。如果你正好在某个楼的一层，而且视力较好，你甚至可以起身看到扎克伯格的桌子上放着什么样的杯子。扎克伯格的座位与其他员工没有任何区别，任何人都可以监视他的一切。这也是扎克自己崇尚的开放精神。

但是有一个区域任何访问者都不能踏进一步，那就是移动产品小组的办公区。这里有六七十人，一位不愿透露身份的“Facebook”内部员工告诉《环球企业家》：“在‘Facebook’，这已经是很庞大的队伍了。”据官方资料显示，“Facebook”一共有 3200 名员工，门洛帕克总部有 2000 人，剩下的被分散在世界各地。

工程部是“Facebook”最大的部门，总共有 1200 人，按产品和技术领域再将其切分成诸多小组，分到每个小组的人数就很少了。最大的一个产品小组是开放平台小组，共有 80 人左右；其次便是移动产品小组，再其次是搜索小组和数据挖掘小组，分别有 30 多人。“因为平台的事情比较多而杂，所以比移动小组的人多十几个，但在重要性上不分伯仲。”“Facebook”的内部工程师解释。

很有意思的对比是，“Facebook”内部最为看重的两块业务：移动和平台，在“Facebook”的业绩报表中却几乎表现为 0。“Facebook”提交的 2012 年第一季财报显示，10.6 亿美元的总收入中 82% 来自广告，剩下部分来自虚拟产品（Virtual goods）。“Facebook”移动用户已经有 5 亿，但收入为 0。在“Facebook”平台上，最近一个月内有 10 个以上的不同用户使用过的应用，已经达到 70 多万个。每个月至少有一个人用过的应用，有 800 万个左右；超过 100 万的月用户应用有 500 个左右。这相当于说，在“Facebook”平台上有 500 个像

马克·扎克伯格成功法则

新浪微博一样火爆的应用，但除虚拟货币之外它的平台收入为 0。

“Facebook”是否将被移动互联网彻底抛弃？是否会错失平台机会？这也是外界对它最大的质疑，仅靠广告是否能支撑起市值 1000 亿美元的企业？谷歌目前的尴尬地位似乎成为“Facebook”未来的真实写照。但扎克伯格不是布林（谷歌创始人），他只有 27 岁。

“像他那样起早贪黑钻研产品技术的人，怎么可能错失移动平台的机会？”“Facebook”内部员工一直对扎克伯格抱有坚定的信心，并认为“Facebook”的资本估值其实过低。

资本市场研究公司私募股权数据中心（以下简称“PEDC”）的最新报告显示，“Facebook”的内部估值有可能已经达到 350 亿美元。

在美国非上市公司股票交易市场（SecondMarket）的交易中，“Facebook”普通股目前的市值约为 160 亿美元。“Facebook”估值大涨的一大原因是，俄罗斯投资公司（Digital Sky Technology 以下简称 DST）从“Facebook”的早期投资者和员工那里大量买入了该公司股票。

以下是“Facebook”的一些利好因素：

每月都有 4 亿用户访问“Facebook”，其中半数每天都会访问。

有 48% 的用户每天晚上临睡前查看“Facebook”账户。

从商业角度来看，得益于虚拟游戏公司加紧吸引新用户，以及各大品牌纷纷建立“Facebook”主页，使得“Facebook”的广告业务开始蓬勃发展。

“Facebook”还借助“Pay With Facebook”业务进军了虚拟商品市场，目前在其自身平台中的市场份额约为 30%，今后还有望将业务拓展到整个互联网领域。

<< 第三章

“Facebook”在硅谷的几次融资和发展

根据美国市场研究公司“ABI Research”的数据，“Facebook”2012年的收入达 11.8 亿美元。

而资本市场研究公司私募股权数据中心（以下简称 PEDC）认为，在“IRC 490A”监管法令颁布之前，许多企业都会使用 80% 的默认折扣来为期权定价。而如今，“IRC 490A”监管法令已经实施，因此企业在对期权定价时必须公布一些具体信息。而“PEDC”对“Facebook”提交的大量期权信息进行了调查，近期的部分折扣均在 75% 至 80% 之间。

【成功法则】

如果你不知道如何做能让你的事业拥有衡量的标尺，你可以想办法去给自己找一个标尺，对于扎克伯格来说，市值便是他身价的标尺。

换成我们，也一样需要有这样一个标尺，不过，也许不是市值。找到属于自己的标尺，在日后的奋斗过程中会更容易看到自己的成功。

马克·扎克伯格成功法则

第二节 第一次与泰尔融资的智慧

随着“创富神话”“Facebook”公司正式启动 IPO，其外部投资者也逐渐走到了聚光灯下，其中最受瞩目的当数该公司的首位外部投资人——彼得·泰尔（Peter Thiel）。

泰尔 2004 年为当时估值不到 500 万美元的“Facebook”提供了 50 万美元启动资金，占 10.2% 的股份。尽管随后几年，泰尔卖掉了自己近一半的股份，剩余股份也因“Facebook”多轮融资而进一步稀释，但泰尔所持股份仍占 3% 左右。如果以“Facebook”上市后 1000 亿美元的市值计算，泰尔手中的股票价值有望达 30 亿美元，投资回报逾 6000 倍。

泰尔成功仅仅是因为好运吗？

“‘Facebook’的成功不是侥幸，泰尔的成功也并不是出于侥幸。”同为“Facebook”董事会成员的网景公司（Netscape web browser）创始人、投资人马克·安德森这样说道，“泰尔总是拼命寻找机会去颠覆传统智慧。”

“Facebook”创始人马克·扎克伯格（Mark Zuckerberg）时至

第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

今日仍将泰尔视为一位非常有价值的顾问：“他一直要求我们专注于用户增长，认为扩张是公司最重要的事情，这是对“Facebook”起到决定性作用的一点。”

泰尔对“Facebook”的建议源自他的创业经历。早在1998年12月，他就与人联合创办了一家电子支付公司——康菲尼迪（Confinity），公司的第一款应用叫贝宝（PayPal），在易趣（eBay）用户接受这项服务后，贝宝的客户数量开始急速增长。到2000年3月初，已经拥有超过15万用户。

2002年2月，在泰尔的推动下，贝宝成功上市，市值约为12亿美元，成为“911”事件后第一起大型IPO。8个月之后，易趣（eBay）以15亿美元收购贝宝，泰尔获利甚丰。

在这之后，泰尔就开始耐心寻找具有前景的初创公司。当时社交网络这个很少有人青睐的领域被认为会成为下一个危险的互联网泡沫，但泰尔还是将个人的10万美元投给了人际关系网（LinkedIn）。2004年，他又入股了“Facebook”。

一年后，他以5000万美元创办丰德斯风险投资公司（Founders Fund），并在基金成立后投资了一系列极具创新性的创业公司，包括“YouTube”、分享图片软件公司“Slide”、用户评论网站“Yelp”、开发搜查恐怖分子和金融诈骗软件的“Palantir Technologie”、火箭制造公司“SpaceX”、电动汽车公司“Tesla Motors”以及微型借贷公司“Kiva”。这些公司后来被证明都非常成功。

如何挑选具有前景的创业者？泰尔说，他会对每一个寻求投资的创业者提一个最重要的问题，那就是：“为什么会有第20名员工加入你的公司？”

马克·扎克伯格成功法则

泰尔认为：“很容易解释为什么有人想当 CEO 或作为早期员工加入创业公司，因为他们想运营一个公司或者想通过加入早期创业公司来致富。也很容易知道为什么第 1000 名员工愿意加入，因为很明显公司正在通往壮大的路上，加入进来可以获得稳定的收入。但第 20 名员工则会有很多不同的含义。因为在公司第 19 个员工加入的时候你公司的大部分股权已经分配完了，但公司还没有成功，所以你的公司不是一个为了稳定收入值得加入的地方。”

“只有这样回答的公司我才会投，那就是第 20 名员工会加入进来是因为这个公司在做完全新的、与众不同的事情。”

然而，扎克伯格在为“Facebook”扩张时，也遇到了不少问题。

说到“Facebook”的扩张，一个很有趣的细节就是，“Facebook”巧妙地利用了一些传播的暗流，把自己从一个影响力很强的区域或者人群，带到另一个影响力比较弱的区域。以大学为例，“Facebook”在哈佛大学的绝对优势，对于西海岸的斯坦福大学却是鞭长莫及。

“Facebook”的市场部门聪明地发现了高中是连接这两所大学的纽带或者说暗流。通过有策略地开放高中，哈佛的学生带动了他们读高中时的其他同学，而这些高中同学有些就在斯坦福大学读书，并且由此渗透进一个新的疆土。

同样的道理，它的跨国扩张也是通过这样的暗流，把“Facebook”从一个国家带入另外一个国家……“Facebook”在设计暗流的流动，其实就是口碑传播的渠道。

“Facebook”是如何发现并且掌控这些暗流的呢？是数据！

“Facebook”的杀手锏就是他们贡献给阿帕奇基金的项目“Hadoop Hive”。“Facebook”每天产生 250T(25 万 G) 的数据，这些数据进

《第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

入上千台电脑组成的“Hive”集群计算，并且快速地产生对于所有问题的回答。这个大得惊人的数据处理能力，让他们可以在海量的数据中获得信息，并且用信息指导作战。

有个排名可以说明他们用户黏性之强：据新泽西州一家专门进行大学市场调研的公司“学生监听”在2006年进行的调研显示，“Facebook”在“本科生认为最in的事”中排名第二，仅次于苹果的“iPod”，和啤酒、性并列。

“Facebook”的每一次改动，都会影响上亿的用户。在海量的用户声音中，找到正确的方向并不比大海捞针更加容易。而在取得今天的成功之前，扎克伯格总是能独断专行地做出正确的预判，让当时抵制他决定的人事后哑口无言。

比如2008年的一次改版，当天就有超过一百万的用户联合签名抵制，上百个用户组在巴黎、在伦敦、在几乎你能想到的任何地方集会，抗议“Facebook”的改动（在“Google”的图片搜索中搜索“Facebook Protest”就可以看到很多夸张的图片）。结果，这个改动依然在众多的批评声中雷打不动地保留了。这让外界颇为迷惑。对于用户协议的修改也是同一现象的翻版。在“Facebook”中，我听到一种有道理，却又总觉得有些怪异的说法：“爱的反义词不是恨，而是默然（Indifference）。”这算是一种解释吗？它到底是什么意思？到底扎克伯格有多么确定，难道他比百万的用户更了解他们需要什么？

对于管理团队，也许同样的迷惑也在他们的脑子里打转——“Facebook”的管理团队是如此的不稳定，不断传出扎克伯格身边的核心成员离职的消息，包括只工作了三个月的HR和CFO（原“YouTube”的CFO），也包括另外两个共同创始人。媒体劈头盖脸地指责和怀疑扎

马克·扎克伯格成功法则

克伯格是不是还仅仅是一个 25 岁的孩子！

现在，当“Facebook”的身价超过 200 亿美元、扎克伯格个人拥有股份的价值超过 40 亿美元的时候，当这些来自用户、内部、外部的猜疑统统淡去的时候，我们发现从迷雾里走出来的是出奇强大的“Facebook”。

“Facebook”的发展不但没有停步，而且从来没有那么快过。而新一轮的资深得多的管理团队到位，又让围观者不得不闭上质疑的嘴巴。

“Facebook”蓝底白字的 LOGO，这可能是众多的“Facebook”的特征中，比较代表“Facebook”的产品特性的一个例子。“Facebook”的 LOGO 非常简单，马克的本意是尽量减少设计，以使它在所有的文化、所有的地域都是普通的、好搭配的。

现在世界上最流行的单一规格的笔记本，多是黑色封皮，并且没有任何 LOGO。越是简约的设计，越是在最多的场合适合各种不同的需求。我们很难想象一款印着“Hello Kitty”的粉红色笔记本，会在所有年龄段、所有的市场，都像黑、白、蓝等大众颜色的笔记本一样流行，虽然有些人会疯狂地喜欢它。

就像 LOGO 一样，“Facebook”尽量把所有功能的设计退缩到所有用户需求的最小公约数，并且把握住这个底线。所有国家的“Facebook”都是同样的界面，他们像宗教一样守卫着全球一个产品，一个设计。不同的地区，不同人的页面，或许唯一不同的是他们的名字和相关的内容。至于功能？所有人一模一样。因为功能的简约、内敛，使人没有办法把“Facebook”简单地称为美国的网站，或者年轻人的网站，因为它追求的就是全球沟通需求的最小公约数——最小的，却是被最大众所需要的那部分功能。

第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

【成功法则】

不要把赚很多钱当作你人生最重要的目标。大多数出类拔萃的人，都是以成为行业中的世界顶尖作为成功的目标。

生命的动力，是来自于不断地让自己成长，不断尽自己所能来服务所有的顾客，提供给他们最佳的产品，分享他们最好的理念，让每一个人都可以获益。

要以成为行业中的顶尖为目标！当你成为世界顶尖的人物时，你会感到非常大的成就感，会感觉生命非常有意义，因为你每天都在不断地自我成长、自我鞭策、自我操练，让自己精益求精。

这样的一个人学习态度和精神，这样的一个人不断自我超越的理念，会让你感觉生命非常有价值，自己对社会非常有贡献。

生命的动力，是来自于不断地让自己成长，不断尽自己所能来服务所有的顾客，提供给他们最佳的产品，分享给他们最好的理念，让每一个人都可以获益。

不断地超越，是成为顶尖的秘诀。

马克·扎克伯格成功法则

第三节 第二、三、四次融资的策略

2005年3月，维亚康姆公司提出以7500万美元买下公司，扎克伯格拒绝了。

《华盛顿邮报》提出以600万美元投资获取公司10%的股份，扎克伯格提出投资方的董事需由其老板格雷厄姆亲自出任，其他人免谈。格雷厄姆担心自己分身无术，便与扎克伯格达成不派董事的口头协议。由于邮报方面的高层谈判代表的父亲去世，投资正式协议签署要耽误些时日。

正在这时，位于硅谷的阿克塞尔合伙公司出场了，提出投资1270万美元。扎克伯格两难：《华盛顿邮报》方面估价低但不干预管理，且已口头达成协议；阿克塞尔方面会干预一些事务，但估价高、拥有硅谷的关系网络。陷入道德困境的扎克伯格征求了格雷厄姆的意见。格雷厄姆说：“对一个20岁的小伙子来说，真不错。他打电话来并不是告诉我他准备接受其他公司的投资，而是找我来商量。”格雷厄姆很赏识扎克伯格，同意了他的选择。经过此事，扎克伯格也更加尊重格雷厄姆，后者成了他的良师益友。

<< 第三章

“Facebook”在硅谷的几次融资和发展

扎克伯格接受阿克塞尔公司的投资，但要求对方的主要合伙人布雷耶亲任董事，而不是其实际负责此项目的高级合伙人凯文。布雷耶接受了，他个人向“Facebook”投资 100 万美元。随后，“Facebook”董事席位变为 5 人：布雷耶、泰尔、帕克、扎克伯格和扎克伯格控制的一个空余名额。融资让萨瓦林的股份被稀释到 10%，这使其大为光火，与扎克伯格决裂，完全退出了公司的管理。

2005 年 10 月“Facebook”用户数突破 500 万。

2006 年年初，维亚康姆公司想要注资或收购“Facebook”，未成。由格雷洛克公司牵头，美瑞泰克资本公司、泰尔和阿克塞尔公司等投资人，按注资前 5 亿美元估价，投入了 2750 万美元。来自格雷洛克公司的斯泽成为“Facebook”董事会的观察员。

2006 年 6 月，雅虎表示愿意用 10 亿美元收购“Facebook”，并不愿意卖掉公司的扎克伯格遇上了难题。布雷耶极力主张接受，泰尔内心倾向接受但愿意尊重扎克伯格的立场，帕克站在扎克伯格一边。莫斯科维茨不同意卖。公司员工方面则是年长者主张卖，年轻者不愿意卖。不久雅虎将收购价降到 8.5 亿美元，“Facebook”董事会拒绝了这一交易。

这期间“Facebook”推出了起初遭遇用户强烈抵制的“动态新闻”，并做出了前景非常不明确的对社会开放“Facebook”注册的决定。其后雅虎重新提出 10 亿美元收购，暗示还可以提提价。动态新闻和开放注册获得成功，用户突破 1000 万，“Facebook”从学生世界变为整个世界，布雷耶也改变了主意，决定不卖。随后所有积极促进和赞同把公司卖给雅虎的管理层人员都不再被扎克伯格信任。

2007 年 5 月，“Facebook”启动开放平台战略，人们可以在上面

马克·扎克伯格成功法则

运行各种各样的应用程序。“开心农场”游戏一类的软件像雨后春笋一样在“Facebook”上流行起来。2009年这些滋生于“Facebook”中的软件公司创造了与“Facebook”一样的销售收入，约5亿美元。

平台战略的巨大成功让“Facebook”身价倍增。2007年10月，“Facebook”开始在谷歌和微软两大巨头间周旋寻价。最后微软同意150亿美元的估值水平，以2.4亿美元的投资获得1.6%股权。微软这项超高估值投资，主要是双方签订广告代理协议的一个副产品，也蕴含着要拉住“Facebook”以免其投入谷歌怀抱的目的：微软要求“Facebook”不能接受任何来自谷歌的投资。随着微软一同投资的还有李嘉诚、德国的风险投资公司。“Facebook”的第四轮融资共3.75亿美元。

之后，在布雷耶的要求下，扎克伯格挖来桑德伯格出任COO。桑德伯格帮助公司找出了新的广告业务模式，并对管理基础架构进行了重组。

第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

第四节 第五轮融资，不得不上市的“被迫”

2009年5月，来自俄罗斯的数字天空科技公司按100亿美元的估值向“Facebook”投资2亿美元。

“Facebook”发展势如破竹，2010年7月，活跃用户超过5亿。2010年底，“Facebook”按500亿美元估值从高盛和俄罗斯数字天空科技公司获得5亿美元的投资（高盛4.5亿，数字天空5000万）。

美国《证券法》规定，如果股东人数达500人以上，公司必须公开财务报告，成为公众公司。目前扎克伯格非常不愿意让“Facebook”上市，但可能很快会因为股东人数问题而像当年的谷歌一样“被迫”上市。

帕克两次被自己所创建的公司赶走的经历，让扎克伯格很早就对风险资本家心存戒备。扎克伯格这个中学时代就拒绝过百万年薪诱惑的青年，决心掌握住自己的公司，这是他连接和改变世界的工具，赚钱不是他的主要目的，他已签署了巴菲特和盖茨倡议的财产捐赠协议。

为保持控制和公司自主发展，扎克伯格一直拒绝被整体收购的“发财和套现机会”，并且对任何可能让他失去公司管理控制权的交易都

马克·扎克伯格成功法则

不感兴趣。在每一次需要给投资者董事席位的融资过程中，他都把能够与自己合意的对方最高人物亲自出任董事作为接受投资的必要条件。

扎克伯格能够一直控制住“Facebook”，帕克功不可没。2005年8月，帕克参加了一次有吸毒者参加的聚会，布雷耶坚持要帕克辞去总裁职务并放弃其认股权和董事席位。为避免扎克伯格为难，帕克放弃一半认股权，但要求将其董事席位交给扎克伯格控制，就是这个席位的继任人可以由扎克伯格随时指定，这样扎克伯格就控制了5人董事会中的3个。

对于由扎克伯格控制董事会的绝对多数，帕克并不认为这样会有什么好处，但比将席位交给其他人要好，因为那样可能使公司最终落入外部投资者控制，那将是最糟糕的结果，他痛恨风险资本家赶走公司创始人。

2008年6月，扎克伯格邀请安德森出任董事。安德森是投资者兼实业家，网景公司的创立者之一。“Facebook”董事会里安德森是扎克伯格的坚定同盟。对于扎克伯格牢牢控制公司，安德森认为“是好事”，只有年轻的CEO能持久运营一家大型科技公司。

布雷耶主要负责公司架构和招聘。“马克喜欢黑客文化和创造性混乱。”布雷耶说，“我给他的建议是在产品创新方面可以这样，但在另外的领域如销售、人力资源部或者法律部可不能这样。”泰尔是扎克伯格一贯的支持者，他表示“马克是我们永远的CEO”。泰尔对管理不感兴趣，他与扎克伯格谈得最多的是关于长期策略和金融市场环境。

年轻的扎克伯格愿意与任何人在任何时间谈论任何事情，特别是当对方是CEO时，他把这些会议当作学习过程。扎克伯格还曾专门去给格雷厄姆当了几天“跟班”，实地观摩和学习如何做一个CEO。

第三章 “Facebook”在硅谷的几次融资和发展

2009年扎克伯格邀请了格雷厄姆出任董事。

2009年11月，扎克伯格对“Facebook”股票做了分类设置，把他和他的合作伙伴们所持的股票转换成投票权比例比较高的一类股份，以保证股权分散化以后的控制。

“Facebook”股权分散而不上市，吸纳的是那些成熟、具有判断能力的投资者的钱；中国公司股权集中而上市，圈集的是不成熟、缺乏判断能力的广大中小投资者的钱。“Facebook”以创始人和鼎力支持创始人的董事会为稳固的控制中心；中国公司以一股独大的大股东为稳固的控制中心，如果没有一股独大的大股东，公司则会没有稳固的控制中心，从而陷入高度的不稳定状态；“Facebook”可以在几乎一无所有的基础上基本自由地以股票作为支付工具来推动公司的发展；中国公司则是要在已经发展很好之后，经过并不实际对投资者负责的层层关口的审核，对外发行股票。

“Facebook”500亿美元市值的创造历程可以给我们多方面的启示，但是其中最重要的也许还是如何建立起现代公司与其投资者及资本市场之间的良性互动关系。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服微信/QQ：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

畅想法则：作为一个战略思考者，必须时时刻刻保持创新，保持人力。

有人说，扎克伯格的成功在于他懂得用什么办法获得新生，事实上，比起新生，我们应该更想知道，他是如何处理公司财政经济问题以及对未来的设想？

马克·扎克伯格成功法则

第一节 选择合适的创业伙伴

朋友是一个人一生中最重要的的人，有一个好朋友、好知己也是一生中很值得炫耀的事吧。拥有好的伙伴和知己，他们会在适当的时候给你适当的建议，让你有一种“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”的感觉。

扎克伯格在创业、创建“Facebook”的时候，伙伴就有很多很多，他们的到来也让扎克伯格的生活轻松和美好了许多。

也许有一件事没有很多人知道，那就是扎克伯格是一名红绿色盲！这对于一个企业家，尤其是设计网络上的交友社交网站这么一个社交平台的企业家来说，可是一个致命的弱点。但是这个弱点并没有遏制住扎克伯格前进的脚步，因为有关心他的人，在无时无刻地帮助他。

刚刚创业不久，扎克伯格也是刚刚从哈佛大学辍学一心来忙“Facebook”而无法自拔，但是有一点让他十分为难，作为一名红绿色盲，他被陷在了设计网站的 LOGO（标志）上面。一向认真的扎克伯格还为

◀ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

了这个 LOGO 而吃不下饭、睡不着觉，久而久之，这个高大的汉子在远远地看去似乎清瘦了许多。不过，关心他的人一直都不少，在得知扎克伯格正在为这一个小小的 LOGO 发愁的时候，扎克伯格的同窗好友安德鲁·麦克科伦（Andrew McCollum）在网上很认真地找到了阿尔·帕西诺（Al Pacino）头像为设计 LOGO 的蓝本，然后再将数字 1 和 0 再加上一些细节上的处理覆盖在蓝本的上面，设计出一个标志。也就是“Facebook”的标志，他的朋友很关心他，所以就把这个标志的颜色专门设计成了蓝白两种颜色。

如此细心呵护，可不是一般的朋友可以做得好、做得出来的。这样的情况让扎克伯格很是欣慰和满足。

还有一个在“Facebook”的公司里面不能不说的就是达斯汀·莫斯科维茨。他在扎克伯格的“Facebook”这个公司中是一个很重要的角色，之所以这么大的一个公司在非常高的速度之下还能够运转得很好，有很大的功劳是要归功于他的。

在扎克伯格还在懵懂的大学生时期，达斯汀·莫斯科维茨就相当于扎克伯格的导师一样的重要。在扎克伯格从哈佛大学肄业了之后，扎克伯格重情重义，一直把达斯汀·莫斯科维茨看成是他成功的根本，所以在他要建立起“Facebook”这个公司的时候，就决定聘请这位导师做他公司的“高管”。首先扎克伯格是为了回报他，其次就是扎克伯格认为，他有这方面的天赋和才学。

显然，扎克伯格真的没有找错人，这个达斯汀·莫斯科维茨的确没有让他失望。作为一个“Facebook”的顶梁柱，他挑起了“Facebook”公司许多的重担，和扎克伯格一起创业。但是不能忽略的很重要的一点是，扎克伯格也是一直在付出的人，并不是朋友只为他。但是从长

马克·扎克伯格成功法则

远来说，扎克伯格是因为有这么好的一名导师才会有今日的这番成就的。当然，没有人说他做得没有达斯汀·莫斯科维茨好，也没有人说如果扎克伯格没有了达斯汀·莫斯科维茨就不可能有今天，但是至少因为有了莫斯科维茨的存在，就让扎克伯格向梦想又走近了一步。也可以换个角度来说，如果没有莫斯科维茨，二十多岁的扎克伯格可能还没有人为他指路，走向今天，让他像今天这样坐在高档的写字楼里面，做着全公司从上到下都很敬仰的总裁 CEO。

在“Facebook”公司刚刚成立的时候，所有人对这个刚刚成立的大型网络公司捏一把汗，扎克伯格也如此。作为一个公司的总裁，他时时刻刻都关心着自己的公司和品牌的一切。

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第二节 和董事会打好关系

一个公司如果想要更长远地发展下去，那么不仅仅考验总裁的管理能力和员工工作有多么的努力，对于股东们的态度也是至关重要的一点。

作为一个“有限公司”，大到董事股东，小到员工清洁工，都是要团结起来一起把进步的速度推快，凡是有一点没有处理好，那么这速度就可能是越来越慢、越来越慢，直至到了最后如果想要再挽留住，再去攀登一下高峰，可能就会发现，那个时候就只剩下你一个总裁了。

无论是什么公司，大小都会有一些会议，这些会议也是关键。

在比较大型的会议里，如果是能坐在会议室里面听各方言论的那些人，必然是很重要的人物了，因为他们不是股东就是董事，最低也是某个部门的高管。在这个时候，作为一个总裁，就要时时刻刻领会他们的意向是什么，要做什么。

在会议中，要做一个“倾听者”。马克·扎克伯格说过：“别吵，听！”他经常在很多人的面前说过这句话，意思就是，要把别人的话听完完整，才可能听懂这个人要干什么，但是扎克伯格已经做到了最高

马克·扎克伯格成功法则

境界，就是已经读到了人们的心里去了。

你是 CEO，整个公司不一定就要全权交给你。意见和建议对你来说就是最重要的。不要永远摆着一副权力强大的样子。微笑着点头听无论是员工还是部门经理的话。就和马克·扎克伯格一样，他虽然是红绿色盲，但是他的眼里不仅仅看不清楚某几种颜色，还看不见的就是那些职位和能否在公司里面立足的话。

【成功法则】

永远不要忘了帮助过你的人

创立“Facebook”的时候，马克·扎克伯格的的确是付出了很多，但是不可不说的就是他的朋友们对他的帮助也是不小的，而重情重义的马克·扎克伯格也从来不会亏待他们，好处都想着他们，让他们成为股东或董事的一员。

这个举动也许在平常人的眼中不足为奇，因为这就是一种报答的方式啊。但是这却是一个明智之举。一方面如大家看到了，马克·扎克伯格用他的 CEO 权力报答了曾经和他一起创过业的人，滴水之恩当涌泉相报；另一方面却让那些得到报答的人认为，他们以前帮助过扎克伯格没错，并且得到了自己应该有的“酬谢”，那么在新的“Facebook”公司里面还愁作为高管的他们不努力工作吗？

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

假如你有一天真的成为了一名董事长，整个公司从大到小从事件到人事都由你负责的话，千万要注意的是不能轻视懈怠任何一件事。

也许你随意扔了一张纸团，就会被别人议论纷纷，毕竟整个公司，不可能做到的是人人都十全十美，但如果“扔纸团”的同时，因为事情太多，一些工作上的细节又没有处理好，心有余力不足了，那么就会有股东们怀疑你的能力，进而，公司的员工就会觉得这个公司已经没有了发展的前途，可能就此递交辞呈，退出你的理想这条路，另觅他路了。

所以，无论是在公司工作、开会、加班等，只要和公司有关系的事情，就一定要打起一百二十分的精神。

时时刻刻无论做什么事情都要想象成你在做一件大事，至少你这么认为了，那么全身上下的细胞就都会紧张起来，虽说会失败，但是至少是尝试过了。不要被别人落下“胆小”的话柄，这对你在公司里是特别不利的！

其次，不是回到了家里就是休息的时间了，但是在劳逸结合的前提下，要注意，你的懈怠和休息，只会让别人钻空子，让你离成功更远一些。

许多的电视剧里面就有很多这样的情节，一些股东拿着许许多多CEO工作不认真不细心的证据，然后用股东手里的权力将CEO推下总裁办公室桌子前的椅子，凡是做和工作有关系的事情，都要非常细心。

一旦你的公司出了名，许多电视台、报纸、刊物就会追着来看你们每天都做什么，撰写出来，再添油加醋，本身就是一件很不好的事情，而且就算是没有做错什么事，也会被说成有什么事。但是如果问心无愧不要紧，发布会的时候只要一澄清就什么事情都没有了。但是

马克·扎克伯格成功法则

如果此时此刻有一点点的漏洞，那么你就可能会失去很多很多的东西，严重了，你会失去总裁的宝座。

但是，你也不可能什么都收获不到，你能“收获”的，就是一些处理不完的负面新闻，这些可就是坏事了。

而作为老板的扎克伯格不仅仅严以待人，更加严于律己，这个年轻的小伙子，真没让别人小看了他，并没有学过商业的他白手起家，样样都做得很好。

幽默的语气和心态可以让你的生活锦上添花，马克·扎克伯格虽说已经成为一名合格的网络公司 CEO，但是他从来不用那些古板的称谓和很机械化的工作生活。在不对外的公司里面，他还是喜欢大家叫他“混蛋 CEO 马克·扎克伯格”，也许这是一种小小的幽默，让本来看上去就很幽默、很开朗的扎克伯格更显得孩子气了一点，但是不失体统的还是更多地有亲和力。

掌握好了限定的情况，稳住了股东们和公司员工们的心，让他们全力以赴对着你创业的“孩子”使劲，就像“Facebook”里面的人们，幽默的扎克伯格用他的毅力和决心，让股东和员工都唯扎克伯格“马首是瞻”。这不是最好不过的吗！

手中有这么大的权力，千万不要滥用权力，权力只能用在迫不得已，不要觉得自己在公司里是“老大”，虽说人人都得听你的，但是过分的严厉只会让人觉得你尖酸刻薄、太过古板，多多少少也会在工作上不会和以前一样的那么用心了。许多的公司倒闭大多都因为这个原因，而没有了这些莫须有的事情，就如马克·扎克伯格一样，把公司经营得长远，让公司的产品为更多人所用。

在职场，扎克伯格是一个聪明的领导者，他了解，一旦自己被股

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

东扫地出门了，他就退回到了程序员的岗位。所以，为了保证不让股东们将自己扫地出门，扎克伯格也不断让自己的想法得到提升，让自己做出的任何一个决策都能成为公司转型的必经之路。

我们也是一样，在公司中，为了巩固自己的地位，我们通常会选择利用创新来维持自己的地位。这的确是个不错的办法，它不仅能让客户获得全新的体验，也能让公司董事会觉得缺你不可。

掌控好你的董事会，不要轻易让他将你扫地出门。

马克·扎克伯格成功法则

第三节 特色的独家用人大计

对于扎克伯格来说，他的能力并不单单存在于研发上，他的老同事们曾说，他是一个善于用人和裁员的老板。

我们可以将这理解为领导能力，每一个有领导才能的人，在职场都不是去工作，而是去领导别人工作。

如果我们徒有强大的外表，对于领导之事一窍不通，那是绝对不可能成功的。

锻炼自己的领导才能，首先要比员工更了解公司的运营状况，这样你说的话才能被奉为真理。另外，过于苛刻的老板会被员工抵制，你应该学会控制自己的情绪，并且在这个情绪下获得员工的赞赏。

拿跳水比赛来说，走到跳板前的阶段都是准备阶段，在起跳的一瞬间就注定无法回到原点。如果起跳后没有失误，那成败自然也看不出来。不过，从水里上来的时候，成败就显而易见了。

成功与否，在你起跳的一瞬间就已经是众人心知肚明之事。作为一个领导，当你决定去领导别人的时候，你就要具备领导应有的素质。

＜＜ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

这不是让你用一张冰冷的脸去面对你的员工，而是在维持员工关系基础上发挥你的领导才能。

2004年1月，扎克伯格向域名公司“Register.com”支付了35美元，注册了“the Facebook.com”一年的域名使用权。2004年2月4日下午，他在宿舍点击了自己在“Manage.com”的账户链接，“Facebook”从此启动。扎克伯格为自己申请了从一号到四号四个登录账户（前三个都是为测试使用）。五号是他在哈佛的室友休斯（Chris Hughes），六号是室友莫斯科维茨（Dustin Moskovitz），七号是爱德华多·萨维林（Eduardo Saverin），他是扎克在一个犹太人聚会上认识的朋友。扎克伯格的朋友，也是同学之一的安德鲁·麦克科伦（Andrew McCollum）以网上找到的阿尔·帕西诺（Al Pacino）头像为蓝本，将数字“1”和“0”覆盖在上面，设计出一个标志。因为扎克是红绿色盲，所以页面主要采用了蓝白两色。

关于“Facebook”的想法诞生于扎克伯格在哈佛大学柯克兰宿舍楼寝室里。寝室里有一块2米多长的白板，这是马克的最爱。这块板子永远写满了眼花缭乱的方程式符号和各色线条，他常常凝视着这块板子，对着白板演算，或是坐到书桌上的电脑前，沉浸在屏幕上呈现的计算中。屋子的一边是他没扔掉的成堆的红牛和啤酒空瓶。

在“Facebook”早期的每一个办公地点，也都延续着大学男生宿舍的风格：桌子零乱地摆着，上面高高地堆着电脑、线缆、调制解调器、相机，在它们的间隙还挤满了垃圾和日常用的瓶子、罐子和杯子。

扎克伯格的朋友们叫他扎克，个子不高，身材瘦削，浓密的棕色发下是一张长满雀斑的脸，有些像古希腊雕塑中的经典人像。他即使在冬天也脚踩橡胶凉鞋，套着一件图案或文字出乎意料的T恤，一副

马克·扎克伯格成功法则

典型的宅男装扮。

休斯、莫斯科维茨、爱德华多·萨维林、麦克科伦都是“Facebook”的联合创始人。萨维林的名字一度从联合创始人的页面上抹去，后来又被重新加了上去。

休斯一头金发，很有亲和力，他是网站最初的新闻发言人。2006年，在哈佛拿到文学历史学学位毕业后，他逐步淡出了“Facebook”，帮助奥巴马竞选。他协调奥巴马在“Facebook”上所有的竞选活动，是奥巴马口中“我身边那个懂网络的人”。现在，他任职硅谷一家投资公司的董事，还创办了一家基于网上社区理念的慈善事业机构“Jumo”。休斯拥有“Facebook”1%的股份，价值1亿美元。

达斯汀·莫斯科维茨(Dustin Moskovitz)，最早帮助扎克伯格在大学中推广“Facebook”，后来成为技术团队的关键领袖，他在哈佛大学经济学专业学习了2年，为了“Facebook”自学编程，后陪伴扎克从哈佛辍学，随Facebook迁往帕洛阿尔托。2008年，莫斯科维茨从“Facebook”辞职，开办自己的网络软件公司“Asana”。他拥有“Facebook”7.6%的股份，值76亿美元。扎克伯格在他走的时候很难过。“达斯汀一直把‘Facebook’的利益放在心上，他永远是个我想询问意见的人。”他说。

爱德华多·萨维林，是扎克最初的商业伙伴，他们共同为“Facebook”投入1000美元，后来成为“Facebook”最早的财务官。但在2004年夏天，两人在网站发展路线上产生分歧，2005年，更是因一起金钱官司闹翻。萨维林还联合了他们另外两个同学——文克莱沃斯兄弟，一起跟扎克伯格打官司，指控他欺诈，后者认为，扎克伯格偷了他们的创意。这场官司也成了电影《社交网络》的主要题材。

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

官司之后，他曾拥有 5% 的股份，后来据他自己所说，在二级市场上出售了一半。他现在生活在新加坡，也投资过一些社交网络公司。

安德鲁·麦科克伦，编程天才，“Facebook”最早的图像设计师，他曾和扎克伯格一起穿着睡衣和 T 恤去会见红杉资本的风险投资家们，是《社交网络》中一个经典场景。他 2006 年 9 月离开“Facebook”，返回哈佛继续读书。目前他仍在硅谷，做天使投资人。他为人低调，行踪神秘，拥有股份不详。

“Facebook”终于走到了 IPO 的时候，已经没有一位当年并肩作战的寝室兄弟和他一起在办公室开香槟。截止到今天，“Facebook”的高管中，陪伴扎克伯格时间最长的是谢丽尔·桑德伯格（Sheryl Sandberg），而她 2008 年才来到他身边。

休斯曾经尝试解释扎克伯格的好友接二连三离开他的真正原因。

“离开‘Facebook’是因为感到厌倦了……和扎克伯格一起工作很有挑战性，你永远无法确认你所做的他是否喜欢，和他做朋友，好过和他一起工作。”他说。

在外界看来，“Facebook”的出现似乎是互联网发展的必经之路，但是这个震惊全球的网站却是从马萨诸塞州剑桥市的集体宿舍中一个躁动不羁的 19 岁男孩的想法开始起步，当然，这个想法起步后的八年都是所谓的实施阶段，扎克伯格创造了现代生活中前所未有的技术奇迹，成就了巨有广泛国际影响力的伟大公司。

这 10 年的时间中，“Facebook”经历了足以改变公司格局甚至扼杀公司未来的危急时刻，“Facebook”就好像一个桀骜不驯的孩子，逐渐成长为一个沉着的大男孩。这家年轻公司的成功基因和不断突破自己的成长历程以及扎克伯格的内心挣扎都是我们所关注的主要内容。

马克·扎克伯格成功法则

细数“Facebook”的发展史，我们知道萨维林这个人显然是在“Facebook”发展历史中具有烙印记的人物，可以说，他的出现和消失，在“Facebook”的发展中都留下了深刻的一笔。他最早自掏腰包存入1万多美金作为公司的营运资金并开启了“Facebook”最早期的广告收入。然而，在扎克伯格选择搬迁到帕洛阿尔托之后，萨维林在公司的工作变得越来越举步维艰，而萨维林以30%的股份阻止公司业务发展，甚至冻结账户的行为，最终让这对创业伙伴分道扬镳，甚至对簿公堂。一段时间，扎克伯格不得不动用自己的储蓄支付房租和购买服务器，他最终选择了驱逐萨维林。虽然当时只有20岁，扎克伯格用人的果断与决绝锋芒毕露。

这对曾经的好友，在日后纠纷不断，就在与萨维林的诉讼争论不下时，扎克伯格又遇上了另外一桩官司：他曾与文克莱沃斯兄弟俩一起开发同类产品。文克莱沃斯兄弟认为扎克伯格窃取了他们的创意并且向“Facebook”提起法律诉讼，后来双方达成了调解协议。

在这件事情的处理上，扎克伯格发挥了远超年龄的沉着和冷静，他快刀斩乱麻，支付了几百万美金。回过头看，这种处理方式其实为扎克伯格赢得了“Facebook”的上线日期，如果坚持与文克莱沃斯兄弟谈判，“Facebook”很可能就错过了其最佳发展壮大时期。

在之后的发展过程中，扎克伯格最信赖的商业导师之一格雷厄姆也起到了不可磨灭的作用，然而，冷酷的商战让两人曾经黯然神伤。2004年3月底，扎克伯格本已经决定接受《华盛顿邮报》的投资并且为格雷厄姆保留董事会的一席时，半路杀出的投资公司报出了2倍的价格，扎克伯格犹豫不决，他甚至在与对方进餐时去了洗手间暗自流泪，他无法背弃信义对格雷厄姆说出拒绝。终于，第二天他打通了格

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

雷厄姆的电话，在 20 分钟对话后，格雷厄姆将扎克伯格从“道德两难”中解脱出来，“Facebook”的估值突破亿美元大关。

不少人认为，这两个人之间的关系会就此搁浅，伴随扎克伯格的事业版图扩张，这对相差 39 年的“忘年交”却更加频繁地互动，扎克伯格甚至会花好几天时间跟随这位媒体大亨学习管理，自 2009 年起，格雷厄姆开始担任“Facebook”董事。而这个年轻的程序员，却在“Facebook”最需要稳定的时候选择退出编程，一心担任首席执行官。

在“Facebook”赢得越来越多外界赞誉时，公司内部员工的士气却正在动摇。在他退出编程后不久，他在斯坦福大学的一次演讲中称，“担任一家公司的首席执行官与成为某人的室友有着天壤之别”，显然，在初期阶段扎克伯格的管理能力表现很差。“Facebook”的猎头师罗宾只能在凌晨 2:30 于公司食堂同扎克伯格见面。这名女高管对扎克伯格表示，如果他没打算卖掉“Facebook”，则必须学习些“CEO 课程”。当一个 CEO 并不是一帆风顺的，如果扎克伯格继续选择原地打转，很可能公司就会走向脱轨。

一周后，这个从不听取员工意见的“坏小子”做出了至关重要的改变：他召开了首次全体员工会议，还同公司高管一一面谈，并且安排了帕克的离职事宜。这个曾经的伙伴、室友，成了“Facebook”发展史中，历史性的一笔。在掌舵公司的航行中，扎克伯格一方面在业界顶级管理人面前成为学生，同时坚守自己的底线并且做出适时的改变。

在面对公司的重大决策时，扎克伯格总是发挥他超常的管理才能，他对于“裁人之术”绝不手软。早期《纽约时报》的报道称，以肖恩·帕克 (Sean Parker) 为例。他于 2004 年夏季加盟“Facebook”，并出任该公司首任总裁。在扎克伯格专注于“Wirehog”项目过程中，

马克·扎克伯格成功法则

帕克主要负责“Facebook”的日常运营，并协助“Facebook”拉到了第一笔风险投资。最为关键的是，通过相应措施，帕克协助建立了“Facebook”具有投票权股权结构，帮助扎克伯格牢牢控制了这家公司。

帕克对于“Facebook”的贡献在理论上说非常大，但是，任何成功的人都有致命伤，帕克也一样，他那喜欢参与派对和不拘小节作风，注定他在“Facebook”不可能有远大前程。虽然扎克伯格并不认为帕克有大错，但在董事会的巨大压力之下，帕克被迫出局，即使到现在，扎克伯格仍然会不时地咨询这位前同事的意见。帕克离职后，扎克伯格又请来、然后又炒掉的亚马逊前高管欧文·范纳塔 (Owen van Natta)，并最终成就了扎克伯格与谢丽尔·桑德伯格 (Sheryl Sandberg) 这对黄金搭档。扎克伯格—桑德伯格二人组合取得了极大成功：自桑德伯格加盟“Facebook”以来，该公司年度营业额由 1.5 亿美元增至将近 40 亿美元。

伴随“Facebook”在短期内大获成功，它正在重新定义人与人之间的亲密关系。关于其对隐私保护不足的指责越来越多，越来越难以清理的浏览痕迹，会给人们的工作带来了风险。西北大学的学生成立的“学生反对“Facebook”动态新闻”小组催生了“Facebook”历史上最严重的隐私危机。在“All ThingsD”会议中，扎克伯格对于“Facebook”用户隐私保护问题表示，在用户隐私保护设置事宜上，“Facebook”将给予用户全部控制权。他做到了，和其他网站相比，扎克伯格建立了更醒目的易于使用的隐私控制，评价称，“Facebook”有着严重的隐私问题和一个令人赞叹的全面的隐私保护架构。

每家高科技公司都经历一到两次的关键转变，如果说比尔·盖茨的尤里卡时刻发生在将电脑构建在一个操作系统之上，那么

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

“Facebook”的第一次尤里卡时刻发生在将服务走出校园，第二次则是2006年，扎克伯格意识到将“Facebook”搭建成一个其他人在上面构筑应用程序的软件开发平台。

这种思考起源于关于其相册应用的实践，扎克伯格开始考虑将公司的核心价值定位在联系朋友与朋友之间的关系上，即社群地图，他们开发了应用程序相关的软件，但却差点搞得声名狼藉。但扎克伯格坚信应用外部程序帮助公司保持诚信，并且不断改善应用来成功地相互竞争。他的团队走遍了新兴公司和媒体公司，说服他们编写软件，扎克伯格甚至精心策划了“F8”开发者大会（意喻成为一个平台是“Facebook”的命运），扎克伯格甚至亲自做了迄今为止最出色的平台演示，超过40家公司演示了应用程序，一个稳健的生态系统起步了。

2012年4月初，扎克伯格甚至没有经过董事会的批准收购移动图片应用程序开发商“Instagram”。这家创业公司尚未盈利，员工仅为13名，而扎克伯格开出的收购价格高达10亿美元。扎克伯格一意孤行的做法，再次引发外界针对扎克伯格不适合担任CEO的讨论。引发“Instagram”，甚至“Facebook”估值偏高的争论。

但几个月后，大家便对扎克伯格的投资产生了别样的看法，这不但是因为扎克伯格借助了“Instagram”进入了更多的国外市场，还因为它又一次帮助扎克伯格创造了在市场根深蒂固的主流机会。

【成功法则】

分清情况，靠直觉胜利

如果你现在不确定自己的决断是不是正确的，你就要用实际行动

马克·扎克伯格成功法则

去验证，这个时候不适合将直觉放在首位。你要有一定的判断能力，这样才不至于全部依赖直觉。

有时候直觉就是给你的一个机会，随着自己的目标去做某些事，可是，不见得每一个直觉都能带给你好运。直觉是意识的本能反应，不是思考的结果，但却有潜意识的阻碍，潜意识又和人的行为思想有关，所以，综合说，直觉也是思想和行动的结果。

直觉就是你内心的真实写照，在不同的场合，直觉的体现形态也是不同的，所以，用你内心的真实想法去行动，往往会有意外的收获。

直接性，直觉是一个人将自己的想法和行为通过潜意识表现出来的思维动作，这个动作不能通过长时间的思考，所以，它具有非同一般的直接性。用直接的方式表达自己的思维心理。

无控制性，可以说，直觉是我们无法控制的，它产生于我们每一次做出决策的时候，当然，在我们做出决断时，它只会一闪而过。这个没有办法控制的决策也会成为我们的最终决定。

不确定性，可以说不确定性是直觉的知名表现形态，也就是说，通过直觉做出的决定不一定全部是正确的。但是，人们之所以依赖直觉，完全是因为自身的自信。

＜＜第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第四节 “Facebook”的建立与推广策略

如果我们从“Facebook”的发展史上下功夫，我们就会知道，创新时期堪称“Facebook”企业史中最重要的“关键时刻”。因为，扎克伯格意识到，他创造出的是一个独一无二的独特资源——源自现实社会却又在虚拟社会建立关系的“社交图表”。这个介于虚实两者之间的社交图表，让扎克伯格在“后图片功能时代”致力于两件事情。从两个方面出发，一方面，扎克伯格想要在网络中保持用户的现实身份，让用户使用真实身份，尽力将网络编制得越来越逼近现实社交，比如，在开发“动态新闻功能”时，扎克伯格就是抱着将网络带进现实的想法，从而提高“社交图表”的真实性。

当然，扎克伯格不会将目标定得如此低，不久后，扎克伯格结束了在哈佛的学业，开始在全美校园乃至全世界范围内拓展业务，当然，那时的扎克伯格也有了进军中国市场的长远计划。

而另一方面，扎克伯格的创业思路则是用社交网站计划将互联网资源重新整合。事实上，这算为了创造一个全新的社交平台，并且为了长远发展所准备的一个计策。

马克·扎克伯格成功法则

网络是强大的，在众人探寻网络的神秘时，扎克伯格已经成功地将自己的网站营销出去。在众人的眼里，扎克伯格是一个不成熟的孩子，可是，他却给很多自认为成熟的人开创了一个全新的网络平台。

这时，扎克伯格的“Facebook”已经在很多国家盛行。各个国家都在为其着迷，人们每天谈论的话题也都开始和“Facebook”有了或多或少的关系。

如果这个时候没有“Facebook”，那么大家的社交会变成什么样呢？

据统计，在“Facebook”面世不到一年的时间里，很多用户就反映已经离不开这个网站了。首先，他有很多的朋友或者同事都是“Facebook”的忠实粉丝，一旦离开，势必会对自己造成影响。

其次，在社交如此困难的今天，大家一旦抓住一根救命稻草，就绝不会放开。在网络中，大家能体验到自由社交与无障碍社交所带来的快乐。所以，“Facebook”的出现，就注定了不灭的真理。

纵观扎克伯格的创意，我们可以看到，近几年扎克伯格一直在充实自己的社交平台，将实用性功能扩充，让“Facebook”和实用性挂钩。

如果把扎克伯格的社交平台分为三个部分，第一个部分就是社交，“Facebook”是基于社交上的一个平台，它让两个陌生人或者熟悉的朋友感情加深。同时，也为陌生人创造相互认识的机会。由于是实名认证，用户利益都可以得到很好的保障。

第二部分是基于社交上的感情维护，也就是我们所知道的，用照片分享的方式来维护感情，彼此把陈年旧照拿出来，看到彼此就可以有所触动。这在当时可以说是扎克伯格的强大策略，也造就了无人超越的互联网社交新时代。

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第三部分是合理性。既然创造了这样一个伟大的网站，那这个社交平台是否能够得到支持呢？

我们都知道，美国总统奥巴马曾经和扎克伯格站在同一个舞台上，他公开表示他也是这个网站的用户之一。连总统都支持的网站自然有它的独到之处。它不仅符合社交市场，还符合国情，让更多的人紧密联系到一起，所以，凭借它的合理性就能知道它是受到国际支持的。

凭借强大的气场，这个社交平台终于成功走上了国际舞台，也使全球人民的社交更加顺畅。

但是，纵观如今的社交系统，“Facebook”还有许多可以改进的部分，不是说一个照片分享功能就能长久吸引用户，也不是说一个时间轴就能有效给用户带去方便。

如今，“Facebook”每天的注册量依然很高，世界所有土地上，几乎都有“Facebook”的存在，“Facebook”也逐渐成为生活中必不可少的东西。无论年纪长幼，权势高低，大家都会在“Facebook”分享一天的生活。这逐渐成为了人们生活中必不可少的一个内容，就如同记日记、签到一样，一天不做就会全身不舒服。

因为网站的人气很好，所以后期成了其他社交网站争相模仿的对象，但是，即便是如此被模仿，也没有网站能超越“Facebook”。扎克伯格的同事说，那是因为没有人能跟得上他的思维。

在扎克伯格的思维里面，没有“落后”这两个字，所以他能够时刻准备将自己的思维放在世界顶端。

扎克伯格先后为“Facebook”加入了时间轴、图片分享等功能，让这个校园网更加充实。后来由于众多名人的加入，“Facebook”逐渐普及到每一个学校，人们可以在“Facebook”上加上陌生人作为自

马克·扎克伯格成功法则

己的好友，也可以去将别人分享的内容分享给自己的好友，这不仅拓宽了用户的视野，也让“Facebook”成为一个促进沟通的平台。

在扎克伯格的主页上，他分享了和公司同事的点点滴滴，这个男孩在面对镜头的时候总是微笑以对，看上去并不像一个大名鼎鼎的CEO，反倒像一个邻家男孩。

大家总以为，扎克伯格是一个孩子，他的决定充满了幼稚的成分，然而，这个外表看起来和学生并无两样的扎克伯格每每谈起“Facebook”的未来发展时，总是会立刻表现出与其外貌不符合的深谋远虑。

每当谈到“Facebook”国际化进程时，扎克伯格总是会特别强调中国，他说“Facebook”此时正在花时间进行研究，为了确定合适的战略进入中国这个人口最多的国家，让中国也成为“Facebook”的用户，而扎克伯格本人则每天坚持学习中文，并且花大量时间去研究中国文化，他希望了解中国人的价值观。

在不久之前，扎克伯格曾经这样描述中国：“中国是一个极端复杂的国家”，他觉得中国市场对于“Facebook”能够走向世界意义非凡——“假如遗漏了这13亿人口，还怎么说走向世界呢？”

这个80后的企业家，在说起创业经的时候总是能体现出他智慧的一面，也许很多人会觉得这个年轻人说话好高骛远、不切实际。在“Facebook”草创的初期，扎克伯格对他的团队伙伴们宣扬最多的内容是“让我们共同去建立一个持久的文化价值产物，并且为了从前人手中接管这个世界而全力以赴”。

敢说出这样话的人一定不是一个简单的人，某种程度上，“Facebook”对扎克伯格来说，并不能完全定义成一个网站、一笔生意，

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

相比之下，将它定位为一场“社会运动”更加贴切。这个年仅 26 岁的年轻人脑子里现在已经不是技术、不是财富，而是整个世界。当然，我们也不得不承认，他的确是正在指引着下一代互联网世界的发展方向。

换成一般人的心理，大概不会将眼光放得如此远，在中国已有了人人网、腾讯网的基础上，扎克伯格准备在这个情况下创立一条属于“Facebook”的路实属不易。如今，谁都无法否认扎克伯格的成功。事实上，他还没有打开中国市场，可是他已经几乎让全球人为之疯狂。

有人说扎克伯格成功了，但是，唯有将“Facebook”置于整个美国信息技术发展的历史中去考量，我们才会真的认识到成功的意义如何。

我们也可以这样讲，如果说 21 世纪的前 10 年，谷歌以其强大的数理逻辑能力开发出搜索引擎，满足了海量信息条件下人类个体对于定位独特信息的需求，从而重塑了整个互联网空间，那么“Facebook”这个东西的出现就意味着互联网世界的第二次裂变。

如果说，谷歌为互联网世界引入了数学与逻辑学，“Facebook”则为互联网引入了心理学与社会学；谷歌拥有强大的数据库与计算能力，“Facebook”则拥有迁移自现实社会关系的一系列节点与路径——“节点是指个人，路径则是朋友关系”；谷歌利用其搜索引擎沟通个人与海量的信息；“Facebook”则是将个体进行重新整合并且进入曾经存在于现实世界中的社交网络。谷歌一直致力于满足个体的信息需求，但却不知道这需求因何而生，因为人类在互联网上需要的根本就不是数学与逻辑学所能解决的。“Facebook”致力于在互联网上还原有血有肉的现实社交生活，也就是说，扎克伯格更希望网络能和现实社会联系起来，因为扎克伯格坚信社交才是人类互联网需求的源泉。

可以想象，谷歌与“Facebook”将站在未来互联网的两个制高点

马克·扎克伯格成功法则

上，“搜索”与“社交”将成为打开互联网信息流动的两个基本维度。在此基础上，最先被改变甚至重构的很可能就是原有的传媒、营销、广告等行业。可以说，这两个网站将打开很多行业的市场，也可以说是推动了许多行业的发展。

正如“Facebook”的投资人之一吉姆·布雷耶(Jim Breyer)所言，“显而易见，既存的媒体运作方式有一些根本环节发生了永久性的改变……这并不是说谷歌和‘Facebook’的诞生使得传统媒体濒临灭绝，恰恰相反，也许3～5年之后乃至在未来，世界上最好的媒体公司都必然包含有谷歌和‘Facebook’的某些其中所必要的特征”。这些特征是什么，也就是说，基于关系的传播。因为以信息为产品形态的媒体企业，在关系网络上传导的阻力降低到最小。

但这很可能仅仅是一个开始。《维基经济学》的作者唐·泰普斯科特甚至认为媒体形态仅仅是社交网络的幼虫形态。当社交网络破茧成蝶之后，社交和其他行业就会结成联盟，“社交网络正在变成社会工厂。这正改变着我们重组社会的能力，去创新，去创造商品和服务。”

扎克伯格也正是因为找到了社交与网络服务的突破口，所以才会执意要将“Facebook”发扬光大。事实上，在众多的创业者中，大家习惯将扎克伯格放在首位，就是因为扎克伯格拥有其他人无法拥有的独特想法。

在面对广告、营销、销售等网站，扎克伯格没有跟风，反而是选择在众多行业以外开辟了一条新路。

谁都无法想到，社交网站竟然有一天会成为互联网的主体。人们也开始将交友聊天放在上网的首位。

这不仅让很多人看到了一个互联网新时代的形成，也让更多人有

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

了社交的欲望，只要欲望没有泯灭，扎克伯格的“Facebook”就一定会得到用户的支持。

对于维持社交欲望，扎克伯格有他自己的一套思路，首先是不断建立媒介。例如，图片分享，时间轴等多种板块，借用媒介维持点击量。接着就是用其余相关联的网站进行推动，让更多的人发现这个社交网站，并且成为支持者。

【成功法则】

成功就是做一般人不愿意做的事

在建立“Facebook”之前，大概很多人都会以为扎克伯格会投身于销售行业，建立一个销售网站，或者建立一套销售系统。可是，当扎克伯格建立一个社交网站的时候，很多人都开始不解，这么冷门的行业，为什么扎克伯格会选择呢？

事实上，越热门的行业竞争力越强，当然也都不容易做。互联网创业人士之所以不喜欢社交行业，是因为在他们眼里，社交行业并不容易做。首先做社交行业要时刻做好赔钱的准备，其次就是社交行业更新速度快，如果不能维持住创新，很快就会被市场抛弃。扎克伯格之所以会成功，恰恰就是做了一般人都不喜欢做的事情。

人脉是起点

在扎克伯格建立“Facebook”的准备期，也就是他在哈佛的那些日子，他总是在不断摸索，并且积累人脉。从“Facebook”的前身就能看出，扎克伯格给自己的社交行业开了个好头。哈佛的校内网站便

马克·扎克伯格成功法则

是“Facebook”的前身，从网站演变而来的是众人引以为傲的社交产业。

人脉就是社交行业的起点，首先要将人气积累起来，才能在短时间内组织好一个强大的人脉圈子。

失败就是在积累经验

扎克伯格建立“Facebook”前身的时候，它只是作为一个基础模型出现，当这个基础模型被哈佛大学泯灭后，他开始重新开放社交行业，让这个行业更加平和。

失败就是在积累经验，只要积累了失败的不足，就一定会找出新的成功点。并不是一切的失败都是结束，有些其实是开始，只要抓住这个开始，就能获得成功。

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第五节 让产品脱颖而出

和那些乳臭未干的同龄人不同，22岁的扎克伯格像是一个战略思考者，谈吐之中充满了他对“Facebook”的宏远发展规划。他的观点比其他互联网的从业者更有远见，这种自信来源于“Facebook”牢牢吸引的1000多万用户。“我从来不想运营一个公司或者企业，我把更多的注意力集中在用户的体验上，总想怎样能给他们带来革命性的便利。”在马克·扎克伯格的理念中，与其说是对互联网的开发应用，不如说是聚焦于对世界的改变更为贴切。

面对未知的未来，扎克伯格很有自信：“很多公司经营的网站都声称立足于社交网络，他们的网站大同小异，提供的都是约会地点、媒体信息集萃，或者交流社区类似的信息，但是‘Facebook’旨在帮助人们理解这个世界。我们肯定不会效仿门户网站，让用户尽可能多地在网站上消耗时间。我相信‘Facebook’未来一定有盈利的。想窥视无关的网友，没门！”

和同为社交网站的“My Space”不同，扎克伯格坦言，通常一个普通用户只能看到“Facebook”群体中不到0.5%的其他用户信息，

马克·扎克伯格成功法则

这是因为“Facebook”采取了完善的信息保护机制，不让信息泛滥成灾，保证了用户的隐私权安然无恙。形成鲜明对比的是，“My Space”的注册用户只要他们愿意的话，就可以浏览所有其他用户的资料。

扎克伯格说，“Facebook”有一套复杂的个人隐私保护法则。如果第三方想了解某个用户的信息，该用户很快就能洞察对方的举动，所以用户可以允许属于特定群组的朋友了解他本人，同时能阻止无关紧要的其他用户窥视自己。用户甚至可以决定他提交给“Facebook”的信息究竟有多少能被第三方搜索到。例如，个人相册是每个用户资料的重要内容。按照扎克伯格的功能定义，用户使用相册时能有选择性地挑选对象，可以让一个相册由他的大学同学看，另一个相册由他的同事看，而其他的不相关人员一张照片也看不到。用户的所有信息都被严格保密，任何试图闯入进来并且窃取手机号码等隐私信息的人都会被阻挡在大门之外。“这种对用户身份的甄别要求整个网站的系统结构和其他传统网站完全不一样。”扎克伯格表示。这一措施也有效地避免了信息泛滥威胁个人隐私的网络难题，类似于“My Space”曾遭遇过的尴尬事件：某用户信息被其他人获取并提出勒索，当用户拒绝合作甚至遭遇性骚扰的非分要求，在“Facebook”中就能有效避免。

扎克伯格认为，“Facebook”是一个微缩的现实社会，超过60%的用户会每天上来逛逛，看看朋友在做什么，检查有没有新收到的消息并做出回复，或者更新调整个人的资料。“Facebook”要求用户提交的个人资料都是标准格式的，而不是像“My Space”那样带有很大的随意性。

“Facebook”最新的变化是在用户首页增加了“News Feed”，尽管对这项变化尚存争议，但是扎克伯格认为值得尝试。“News Feed”能让每个用户登录后，就了解到自己的密友干了什么，对方有

《《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

了什么新的变化。不少用户已经尝试使用这个新玩意。

2008年4月，“Facebook”正式推出聊天服务“Facebook Chat”，业内人士称此举有望对传统IM（即时通信）服务构成威胁。

据使用过“Facebook Chat”服务的人士介绍，这款基于社交网站的IM的确非常吸引人，传统的IM不具备社交网站这样的优势资源，因此在未来的竞争中很可能处于不利地位。

如果你赚到了两元钱，就要花一元，留一元，做好长久之计，眼光放长远一些，为以后做打算，憧憬未来。这个画面是很多外企的高管想象的未来和空间，这的确是一个很好的画面，马克·扎克伯格刚刚进入哈佛大学的时候就已经计算着他以后要走的路。

“疯子”马克·扎克伯克的“黑客”就是他畅想未来的第一步，只要敢做，有何不可？

“会当凌绝顶，一览众山小。”站在更高的角度上面，设想自己未来的无限美好，但也要注意的是：

第一，在你“站在更高的角度”上畅想未来的时候，不要把目标定得太高，扎克伯格就是一步一步，从编程软件到大型的社交网站，一步一个脚印地让自己可以看见。并且不要把所说的变成空谈，要付诸很多的行动，才能向前进。好汉不提当年勇，无论过去有多好的成就，做过多好的事情，作为新的一步，不要炫耀当年的事情，只要能看见以前你做过，做好了就可以，目标和终点都是后面的。

第二，设想未来的同时，看看别人是怎么做的，不要邯郸学步一步一步都向别人学，而是看看别人有什么好处，比如坚持自己所做的事，做这个就做这个不改变，对自己所做的事充满着热忱，打破问题和别人眼光的桎梏等，学习起来，把这些好处变成是自己的；“择其

马克·扎克伯格成功法则

善者而从之，其不善者而改之”，人无完人，总有些事情是完成不好，完成的不优美不完整的，那么就吸取别人的教训，作为前车之鉴，不重蹈覆辙，把每一件事做到最好。实验都允许有误差，那么做事也相同，但是误差不要太大，也要尽量地去避免。扎克伯格用“黑客”侵入学校的电脑，就是一个没有做足了准备、思考不够周全的结果，但是扎克伯格深知这一点，便在不久的以后改变了这个做法，人气并不是靠黑客“抢”来的，而是要靠自己的努力。

第三，未来的路怎么走要一步一步地规划好。一个好的规划再加上行动就是一个成功的基础。生活中有些细心的人，都可以把他每一天、每一分钟每一秒都规划得好好的，每一天都在他规划的这个范围内活动，虽说有些束缚着生活，而且没有人可以预言到下一秒会发生什么事情，但是计划表、工作表也是一个成功的企业家不可少的东西。年初，就把这一年要做的事情，分门别类地规划好，说白了，就是把不能改变的东西列举出来，再规划了，每一天留有足够的空余去“接待”那些“不速之客”的到来。每天“加班”给自己更多的东西，虽说“今日事今日毕”，但是也要为明天做准备的同时，在今天有余力的时候多做一些。到那时要注意劳逸结合，马克·扎克伯格这一个“神童”，他有让人羡慕的工作，有神仙羡慕的幸福美满的家庭，他也喜欢看漫画，休息的时候穿着和平常人一样的服饰，抱着电视看泡沫剧，他的生活很普通，这和他的规划不是一点关系也没有。

综上所述，长远的眼光是好的，但是注意的是以上三点，千万不要让自己的成功砸在无关紧要的地方！

扎克伯克的生活每天都是直播的比赛，没有彩排也没有剧本，但是每天都是这么充实，是因为他有长远的眼光和勇于畅谈未来、谈论

＜＜第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

古今的勇气和坦然。

扎克伯格是一个最年轻的富翁，在别人看清他光鲜亮丽的表面的时候，他也有别人不理解的“疯狂”。

没有爬过高山，也一定知道文人墨客的笔下的山峰是多么的雄伟壮志。但是要看到这壮志的前提就是要走得比别人更高，看别人怎么爬上来。并不是幸灾乐祸，而是未雨绸缪。当你走到你认为在你心底最高的时候，你就会觉得你已经忘记了别人要对你说些什么了，因为此时此刻只有你自己，只有你自己能陪你，能和你一起走你没走完的路。看不到别人的眼光，自然心底就不会有畏惧。

不要怕别人笑你什么，要想进步得更快，要站在别人不敢站在的地方，看着很高，但是未必就很困难，也许一切都有可能。

【成功法则】

“Facebook”主要的作用在于社交，这个核心是不可以改变的。但是若不改变除了核心的事情，如果永远只是那一些东西不改变的话，那可就是很不好的一点了！

创新是一个公司持续发展的基本

既然一个公司创立了，那么就不要轻易地让它倒闭，所以，时时刻刻地关注别人的心理动态可以让你的公司长久生存下来。马克·扎克伯格在这方面就做得很好，比如说，虽然说“Facebook”只是一个社交性的网站，但是在社交的同时在它的网站里面也有许多的小细节，比如说“好友人气PK”。各国的人们一起在这个小小的网站里面相会、

马克·扎克伯格成功法则

交友，让全世界的人们都成为了好朋友。

社会化媒体市场是一个企业家不可以失去的东西，他们甚至可以视它们如命一般重要。对于一个营销者、公司 CEO、网站的总创造者、企业家——马克·扎克伯格来说，他把市场当作是金子一样的，牢牢地握在了手中。

在高速发展的今天，什么东西都讲究一个字——“快”

有人问过，为什么肯德基会被这么多人所喜欢？是因为它的“快餐”符合人们的生活。那还有一个问题，为什么“Facebook”会风靡全世界？因为它符合人们的交友需求，而且省去了写信邮寄的麻烦浪费时间，更省去了来来回回乘坐飞机的资金。何乐而不为？

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第六节 高效率地拓展于社会

每一个人在做一件你很有把握的事情的时候，总会有些幻想，幻想着如果这件事情“成”了的时候会是怎样的美好。

当然，作为一名普通人，扎克伯格也一样。在“Facebook”创立的时候，那时的扎克伯格就已经编织了梦的城堡。

有心理学家表明，有梦想的人很容易成功。这些人晚上也会做许多很奇怪的梦，说明这个人的脑细胞无论是在白天还是在晚上都是很活跃的。马克·扎克伯格就是这样的一个人。

在“Facebook”公司成立的前期，扎克伯格就经常和朋友说起他的这个公司以后发展的规模是什么样子，成功了又会是什么样子。有的时候，朋友的耳朵里都快生了茧子，但是他还是那么滔滔不绝地说。

当然这些都不是空穴来风。扎克伯格说那些话都是有依据的，也就是说扎克伯格对朋友说的每一句话，都像手表上的精密零件一样，环环相扣，每一句话都是有可能实现的。

扎克伯格从那个时候开始就已经在制作自己的“梦想城堡”，并且在“梦醒了”之后大胆地按照梦里的布局来重新设置生活的陈设。

马克·扎克伯格成功法则

梦想就是，梦到了你想的东西，你努力了就会实现，不努力了就永远是南柯一梦。梦想成真的首要一步是要梦醒了，不要让自己永远地沉溺在那个虚幻的世界当中去。而城堡之所以叫作城堡，是因为它很豪华，能容纳许多的善恶美丑，让人心驰神往。而梦想作城堡，就是将你最想要的两种东西结合到一块，尽管这种幻想会让人很容易地就堕落了下去，但是如果使一把劲，得到这座城堡也不是不可能的事情。

将扎克伯格的梦想与城堡结合到一起，就可以看到他所创立的“Facebook”，其实就是城堡的最好体现。

首先是“Facebook”的基础，它基于人与人的交往，也是现实生活中必不可少的一部分。其次是连通纽带的不同，造就了全新的沟通方式。在这个全新的城堡里，大家都能在其中找到一个适合自己的房间。

在这个梦想的世界里，扎克伯格可以说是一个全新的身份，他如同神一般，掌管着一切，也如同建设者，起到了创建的作用。

他能给城堡建立全新的模式，也能给城堡赋予梦想的色彩，这个神一样的男子，正用他的努力改变整个世界。

生活中，总是会缺少一个富有想象力的人，这个人能时时刻刻感染着周围，并且拥有无私的奉献精神。大胆地想象自己有多好，自己的努力有多棒，反正也不用花钱！想象不需要资本，不需要资金，只需要一颗心和无限的想象力。

既然走出了这一步了，就不要停下来。尽情地幻想，哪怕是不切实际，随时随地都和别人分享，你已经做了什么，而且要去做什么，想做成什么样子。静观其变。无论你的创意有多么的小，或者比马克·扎克伯格的理想还要远大，只要付出了行动，就不怕没有成功的那一天。

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

21 世纪，社交已经成为了大家公认的话题了，但是生活节奏日益变快的同时，人们也变得不爱出门不爱走动，什么东西弄不清楚了，就“百度一下”，什么东西突然需要了，就“淘宝一下”，那什么时候想交朋友了呢？

聪明的扎克伯格注意到了这一点。无论是在诗歌、流行歌曲、散文、电视剧中，都有很多作品高度赞扬了朋友和社交的重要。有人甚至夸张了一点来说，如果在生活中没有朋友，会像没穿衣服那样不自在。

当这个网络时代被“社交”两个字包围时，大家都开始关心，这个年轻的男孩靠什么来维持生计，在外人的眼里，访客就是一个网站能否成功的关键。

哪怕是一个小小的网店，都需要强大的人力支柱，更不用说一个庞大的社交网站了。在扎克伯格将全部精力都放在“Facebook”上时，“Facebook”的访客量也同样遭到了质疑。

不少人觉得，“Facebook”早晚有一天会进入无用户时代。原因是，用户达到一定人数，就再没有可以吸引用户的东西。

事实上，访客代表了一个网站的兴衰，扎克伯格不会将访客量放在首位，他放在首位的是访客的需求。他知道每一个访问“Facebook”的客户需要什么，这样才能确定自己的战略方向。

可以说，初期的“Facebook”是为了将人与人的距离拉近，而一路演变过来后，大家开始希望能够有一种媒介来将彼此关系加深。

只有这样，“Facebook”才能算得上一个真正的社交网站。

“Facebook”之所以会在短时间内获得大范围认可，就是因为人们都有渴望结识陌生人的心理，但心理原因总是会让我们手足无措。

现实中，随着生活习惯、爱好的不同，人们的关系也变得越加薄弱。

马克·扎克伯格成功法则

结识陌生人成了一件异常困难的事情。

到底我们应该怎么去和陌生人打交道呢？

扎克伯格便从网络下手，给了人们一个虚拟的社交圈子。这个圈子中的人们不用面对面交流，只需要动动手指就能结识陌生人。而且，这个虚拟的圈子还可以主动帮你寻找朋友，只要有人加入这个圈子，而且是你认识的，它便会主动推荐给你。

有了虚拟的社交圈，人与人的沟通就可以避免很多尴尬。现实与虚拟是不同的，现实中的社交需要面对很多问题，让两个人面对面交往简直就是折磨。而如果将这种尴尬的关系放在虚拟的网络中，人们就会自然放松很多。

如果人的社交网络已经建立起来，那人们的需求也会随之改变。或许之前的你是因为想要结识陌生人而进入了扎克伯格的社交圈子，可是，总有一天你的目的会改变。扎克伯格为了防止客户的需求改变，所以选择重新整理设计了一个全新的互动社交模式。

在社交网络中，访客就是社交网络的主体，在社交主体没有发生改变之前进行预兆性的准备，这样才有可能成功。

无论是现实还是虚拟，都充分地表现出了社交对于一个人的重要性。抓住了这根稻草，再加上个性十足、魅力十足的扎克伯格，还愁没有成功的机会吗？

访客的需求是你能否获得成功的关键。如果经营一个太大众化的网站，并且没有创新，那么这个网站将会没有什么卖点和看点，久而久之，就会在人们的脑海里变色，渐渐地访客就会越来越少，到那个时候，如果说再想挽留，不是一个简单的办法就能让人来这个网站了！

所以重要的是，先发制人。看别人没有做什么或者找别人很少做

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

的事情，想到什么列出计划来就要做什么，敢说敢做，随时随地。其实生活中有许多的东西需要我们去发掘，关注别人都在说些什么，想些什么，把这些变成你创业的资金。

在社交场合中，人们习惯不去过问过程，只想知道这其中会获得的结果。所以，当扎克伯格将人与人之间关系处理得微妙时，大家的质疑声却突然消失了。

人们不再去关心“Facebook”的未来，反而开始为“Facebook”的成长而着迷。每一次“Facebook”的更新换代，大家总会产生各种各样奇怪的争议，大家在希望保留“Facebook”的基础面貌上做改变。

而这个幕后掌管者则是在了解客户的需求后进行改变，它的每一次改变都代表了一个全新的更新换代。而且它决定的事情是绝对不会有任何改变的，只要它做好决定，它便会无视别人的看法。

可见，访客需求仅限于每次更新前，在更新之前，扎克伯格总是会仔细研究一番，可更新后，扎克伯格便会等待下一次的更新。

访客需求是成功的开场白，有了成功的欲望，就能逐渐将客户需求处理得当。

有一种感觉叫作“第六感”，有一种感觉叫“直觉”。电视剧上总说：“我的直觉告诉了我……”请千万别以为这就是一个玩笑，这种感觉真的会给人带来好运！

与其说这是一种超出了五官的感觉，不如说这是一种心理暗示。直觉有的时候是你期望的东西，有的时候与你的美好想象相反，这就是心理暗示。

马克·扎克伯格在用黑客侵入学校电脑的时候，他就已经感觉到了他这次一定会成功的，那个时候，他对用黑客技术制作自己的网站

马克·扎克伯格成功法则

很有信心，而且有着十足的把握，所以才会有这种感觉。这种直觉虽然现在看来他已经实现了他的这个“心理暗示”，但是，他也在实现的路上付诸了不少努力。

一向被别人称作“好运气”的扎克伯格其实并非如大家所想，他的生活也充满了坎坷。

主要就是旁人对他的不理解。在创业初期，别人会说这个年轻人有很多问题，大大小小的问题结合到一起，压得扎克伯格有些喘不过气来。在面对人生的每一个岔路口，扎克伯格总能逢凶化吉，这不仅是因为他过人的思考能力，也因为他的直觉。

无论是选择题还是判断题，只要是困难，扎克伯格就能用他的直觉面对。一个人成功的步骤并不是只有前行，有时候也会遇到短暂的停顿，在停顿的时候用自己的直觉去面对，这才有机会面对成功。

“故天将降大任于是人也，必先苦其心志”——有足够的毅力，坚持不懈的耐心来与舆论、嘲笑、口水、板砖等抗衡，无论内心有多么“纠结”于是与不是，前进与不前进，继续与不继续，都要坚持你所做的是对的。

“劳其筋骨”——永远不要烦你所干的事。譬如扎克伯格，制作程序和别人想不到的事情是他的爱好，但是在别人看来这是他的“饭碗”，编写程序并不是一件很简单的事情，而且并不能很容易地就完成了，扎克伯格就能坦然地面对，很坦然地面对，这仅仅是他的爱好，并不是“工作”，有了直觉引领，“师傅领进门，修行在个人”，即“直觉领进门，努力靠个人”，这是至关重要的。

“饿其体肤”——假如我是一名大学生，住在租来的公寓不足为奇，每天晚上以泡面结束睡前的活动也不足为奇，但是假如你是一名富翁呢？

扎克伯格便是这样的人，他从来不以烦琐的西装面对媒体、公司、

《第四章》 扎克伯格的事业发展秘笈

朋友，小T恤加短裤是他最好的搭配了，或许也是直觉来告诉他，轻松悠闲的装备会让他呼吸着轻松的空气，做事情会事半功倍。

直觉带给扎克伯格的不是一点点，而是很多。但好运气也许只会出现在一时，或是你并不经意的时候，抓住机会，溯着直觉给你的绳索向上攀爬，将信念、执着和绳索一同牢牢系于心上。

如果说直觉能给人带来好运，那必定会有很多人依赖这种感觉去实行自己想做的事。

永远都不要质疑你走的路对不对，只要起点对了，哪怕你路上碰到了什么，都不要理会。你的直觉既然都带领着你从起点出发了，那么就一定会带领着你走完接下来的路，当然，这里不能光凭你的侥幸，而是要付出辛苦的汗水和劳动。

《守株待兔》告诉我们，直觉给了他一个兔子，同时给了他希望，但农民只是看到了兔子，没有看到希望的曙光，所以饿死在了那棵树下。扎克伯格告诉我们，直觉给了他一个成功的机会，也给了他执着，他全都看见了，所以成功向他招手致意。

如果有一天，你蓦然发现直觉给你带来有什么好处，千万别以为这是你的玩笑、幻想，向远处看看，那就是所谓的“双喜临门”降临在你的头上。

抓住机遇，带着你的直觉好运，向远处出发吧。

【成功法则】

想象的世界很微妙，但努力一定会做到

在众多创业人士中，扎克伯格是一个拥有幻想的人，他总是能够幻想出一系列至高无上的点子，然后努力执行，在这个社交的世界里，

马克·扎克伯格成功法则

逐渐变化成为一个美丽的城堡。

只要敢想敢做，通过努力就一定会成功。其实成功与否就是一个简单的过程，你努力过了，就成功了。如果你只敢想而不敢做，那你永远不会有成功的可能性。

扎克伯格之所以成功，就是因为他拥有敢想敢为的精神。

有三种人的成功充满阻隔

第一种，没有想法，没有梦想的人。这种类型的人通常来说不会有太高的期望，对于成功的期望值也很低。创业的时候，如果你有强大的气场，而且有完整的梦想，你的成功就会指日可待。如果迟迟不能成功，那就证明你还没有努力到位。

第二种，不懂得努力的人。这类人经常抱怨自己的生活不如别人顺畅，事实上，面对问题，这类人经常会选择逃避。他们会将努力看成浪费时间，总是在准备努力的时候，被自己的信心给予当头一棒。

第三种，做半吊子事的人。很多人在创业的时候经常会努力一半，然后就放弃了自己的目标。面对小问题放弃自己本质目的的人其实不少，这就好像是在创业的时候，受不了一点挫折，然后还没来得及开始自己的创业路，就半途而废了。

这三种人可以称为创业的阻隔力量，他们不但不会创业成功，还有可能会阻碍其他人创业。但是总结起来，剔除了这三种性格，人们都是会成功的。

第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第七节 人脉营销

无论是在世界的哪一个地方，营销这个词都象征着成功与失败的代名词。营销到底应该怎么做，事实上没人能够说得清楚。因为营销虽然是一个属于行动上的动作，也是语言上的技巧。

到底营销是在做什么？缩小你的业务范围，直至你能占据消费者心目中的一个字眼。没有聚焦，你就无法建立一个强大的品牌；没有强大的品牌，你的企业就没有未来。观察应是任何营销活动的关键所在，但它并非是你营销的全部，但却是营销的最初动作。

在营销的过程中，首先你应创立一个属于你自己的品牌。最有效的营销莫过于成为消费者心目中一个新品类的第一个品牌。例如，高端咖啡品中的星巴克（Starbucks）、能量饮料品类中的红牛（Red Bull）以及无线电邮设备品类中的黑莓（BlackBerry），又或许是些别的品牌。

然而，有很多人忽略了这里面的两个要点。第一点就是我们所说的“成为第一”，重要的是做心目中的第一个品牌，而不是市场中的第一个品牌。“Powells.com”是第一个做网上书店的网站，但并没

马克·扎克伯格成功法则

有成为心目中的第一个。在消费者心目中，第一个网上书店品牌是亚马逊（Amazon.com）。

第二个要点是聚焦。要开创一个品类，聚焦是最简单的方法，通过缩小你的业务范围，通常可以帮助你成为新品类的第一品牌。

戴尔并不是心目中的第一个个人电脑品牌（相比戴尔·迈克尔的创意，苹果、IBM和其他很多品牌更早地进入了顾客的心中），而戴尔电脑聚焦于直销，也是第一个这样做的品牌，这是戴尔品牌在全球取得成功的一个关键性决策。

戴尔直到1984年才进入市场，而那时距第一台个人电脑推出市场已有9年之久，个人电脑市场已经饱和。一篇1983年8月8日发表在《商业周刊》（Business Week）上的报道称：“超过150家个人电脑生产商正在叩响市场的大门。”设想一下，如果你对这150多家生产商中的一个说：“我们聚焦在直销这种方式上吧。”这可能会完全违背了它们的本意。它们或许会这么回答：“我们需要更多的销售渠道，而不是更少的。”

事实比这个更糟糕。在同一篇报道中还写道：“电脑和办公自动化设备公司都开始推出综合办公系统，可以提供从个人电脑到大型中央计算机和所有通信设备的各项业务。这些公司包括宝来公司（Burroughs）、通用数据公司（Data General）、数字设备公司（Digital Equipment）、IBM、斯伯利电子公司（Sperry）和王安公司（Wang）。”而这些个人电脑品牌如今都不见了。

聚焦？现实中每个人都在做完全相反的事，公司会议讨论的重点都是扩张，而不是缩减。你或许已经注意到戴尔也加入了扩张的行列，其结果是可以预见的。

<< 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

令很多营销专家费解的是，为何两个战略相同的公司会有完全不同的结果。于是，成功的公司生产更好的产品就成了一种解释。我们也听到同样的说法：更好的产品会赢得市场。

惠普正以与戴尔相同的速度扩张着自己的产品线。截至 2006 年，这两家公司几乎占据了相同的个人电脑市场份额，戴尔占 17.1%，惠普占 17.0%。三年之后，惠普的市场份额是 19.9%，而戴尔的市场份额是 12.8%。

更糟糕的是，戴尔的净利润率有所下滑。在 2006 年之前的十年间，戴尔的净利润率为 6.2%，到了 2011 年就只有 4.1% 了，而惠普 2011 年的净利润率为 7.0%。惠普和戴尔有什么不同？惠普占据了领先的个人电脑的认知。一旦失去了领先者地位（就像戴尔），你就失去了营销的力量所在。戴尔曾经代表了“直销”，如今戴尔代表什么？一个满是问题的公司。

有了这些大公司的前车之鉴，扎克伯格却做了个让人想不到的决定。他将营销放在了人脉销售上面，将之前生硬的销售方法改变为人脉销售。让所有他自己销售的内容都变为以人为本。

事实上，销售就应该这样，将目的变为销售人品，这要比销售产品容易得多。

对于扎克伯格，“Facebook”或者说是社交网站、编程网站，是他的“唯一”，是他的“最爱”。

因为首先，这是他喜欢的东西，不可以扔掉的东西。那么对于“Facebook”这个社交性网站来说，网站的核心不可以更改，而应该在这个基础上，保持创新。

所谓社交，就是结社、交往，结识更多的朋友，让自己有更大的

马克·扎克伯格成功法则

长进。

先从小的方面说起。乳臭未干的“盖茨第二”扎克伯格在“Facebook”之前就小有成就。高中的时候设计的MP3播放器是那时大家认为这个“不好好学习”的扎克伯克课余时间的大作，轰动了整个学校的大作。但是他并没有停止，他抓住“编程”这根稻草，重整信念和心思，设计出一款音乐软件，被全世界的人们所用。他更像一只寻觅着对它很重要的大米的蚂蚁，不达到目的誓不罢休。

但是这可不是“猖狂”。也许有人说扎克伯克是一个“疯子”，但是他永远认为他是一个“正常人”，他如平常人一样，只是追求不同而已。

再回到这个“Facebook”。“黑客”事件的开始让“Facebook”有了一些“眉目”，也就是说，有了这个“黑客”侵入了学校的电脑数据库才会有同学们的资料照片以供社交所用，虽然说起初有些坎坷，但是在辍学之后的扎克伯格来说就是一个很好的开始。但是离开了哈佛大学之后的他似乎有些成熟，从制作编程网站里的新环境，到大规模的宣传他的“宝贝儿子”——“Facebook”，他每一步走得都很好、很坚实。俨然，成功可以成为“Facebook”和扎克伯格的专业代名词。

或者说，假如你没有像扎克伯格一样的智慧，不可能在没有人指引、没有参照例子的情况下就平白无故地“发明了”一个社交网站，或者说是其他的什么东西，那就看看别人的这条路是怎么走的。

选一样你认为你想做，你想做好，你能做好的事情作为你的追求，但是只能是一样，一心一意，一心不可二用，这些一定是要牢记住的。

之后，心中永远缠绕着一个理想，在为这个理想努力使劲的时候要围绕着它进行，就像是一篇文章从头到尾一样，开头可轰轰烈烈，

＜＜ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

结尾也可轰轰烈烈，但别忘了中心要踏踏实实，一字一个笔画，围绕着这篇文章的中心，可千万不要“跑题”了！

当你对着理想稳定了下来之后，抓住你已经稳定下来、没有悬念能成功的那一部分，哪怕就是一点在这个基础上创新，切勿心急，“心急吃不了热豆腐”，而反而会弄巧成拙，所以要避免。

创新是成功的一个必不可少的原因，而创新并不是意味着一味地抄袭别人，而是通过自己的头脑创新，创新出别人想不出来的东西，这样才能将别人一军，让自己赢得成功的唯一机会。

最后要说的就是，如果在没有保证你手底下的成果已经可以获得成功，而且你操纵熟练了的话，就千万别尝试做下一个，这和盖楼是一样的，地基要稳固，正如扎克伯格，如果他没有了MP3播放器和音乐软件等很多他已经尝试过编程的成果，还有他自从十岁就接触这些、学习这些的基础，创造一个全世界的大部分人都使用的社交性网站“Facebook”也是南柯一梦罢了！

【成功法则】

其实，那些成功的人士所以成功，一定有道理、一定有方法，也一定有原因。但我们绝对不应该按部就班，适当改变营销策略，才能更加容易获得成功。

如果你目前还没有自己想象的那样成功，一定是你用错了方法，如果你目前还是遇到重重困难，无法突破，一定是你还没有找到失败的真正根源。

一个成功的人会不断地学习别人的经验。因为成功最重要的秘诀就是学习别人的经验。

马克·扎克伯格成功法则

成功者学习别人的经验，一般人则学习自己的经验，通常自己又没有什么经验，有的话也都是失败的经验。

一个有智慧的人，会不断地自我反省。

也就是说，在你吸纳别人意见的时候，你要有绝对勇气自我反省，并且将自己的人品发挥到极致。

《《 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第八节 宽容面对伙伴的分歧

有一天，美国一名牌大学的演讲活动上，一名看起来很稚嫩的年轻人说了一句话，让大家斟酌许久，回味无穷。这句话是：“从心底很专注于和所关注所爱的人们建立良好的人际关系是必要的。因为没有人能够‘只手遮天’。友谊地久天长，友谊会令生活其乐无穷，让每一天都过得十分充实、十分美好。”

上面的这句话想必读到的人都会思考思考，因为那个“稚嫩的年轻人”正是“Facebook”的“BOSS”——马克·扎克伯格。他用他良好的人际关系，让他尽管只是处于大学时租来的公寓的一间小小的卧室，之后用短短一周的时间就能创建一个程序并不简单的社交网站，并且受到了同学们的一致好评，关注这个网站并且注册的人不下几千人，当然这是开始的时候。

对于从小就对计算机很喜爱的扎克伯格来说，制作与编程网站不是什么很困难的事情，可出乎意料的是，2004年底，也就是说这个网站刚刚推出了不到一年，注册人数就已经突破了一百万大关，这使他十分惊讶，甚至将自己的大腿捏出了一道紫色的印记，才证明了他没

马克·扎克伯格成功法则

有做梦。不仅仅是他很惊讶，他的朋友和同学、家人、老师都十分惊讶。

“Facebook”已经不仅仅是风靡了哈佛大学，也同时轰动了世界。

扎克伯格今日的成就大家有目共睹，除了他先天的条件和后天坚持不懈的努力以外，他还有一项很重要的东西，那就是友谊。

无论是和谁的关系，如果都是处于良好的状态下，那以后做事情一定就是事半功倍。保持一个良好的心态，千万不要让自己的脾气像一只辣椒一样一碰就会“喷火”，不要很傲气地等着更多的人和你交朋友，而是放下你的身段，主动地和别人打交道，谈古论今，和别人成为朋友。别人有困难的时候多多帮助，那么如果你走入逆境的时候也一定会有你的朋友陪伴。

同甘容易共苦难，如果你的朋友愿意为你两肋插刀，那么他一定是对你很真心的了。不要把自己的城府变得太深，在不要轻信别人的同时，也不要轻易地就去怀疑别人对你很好是有什么企图、有什么目的，你大可去相信他们，就像扎克伯格一样，他甚至让别人一看就想和他交朋友。友谊是一种很神奇的东西，你要珍惜它，它也会珍惜你，它就是一种良好的人际关系，说白了，就是你关心它，它就关心你，多多看见别人好，多多夸赞一下别人，你的生活也会感觉就很幸福。扎克伯格在大学没有多久就辍学，这个是大家都知道的，但是他即使是这样，这样短的时间，他也已经和老师们、同学们打成一片。虽说整个哈佛大学的人他不一定全部都认识，但是他的才气和义气是被大家熟知的，他也是因为这两“气”而被大家熟知。

扎克伯格在公司里也是一个小有名气的幽默家。比如他名片的设计，虽说表面上效仿着苹果公司总裁乔布斯，但是他的不羁和幽默还是让他公司的员工们记住了他。他说过他不喜欢别人叫他 CEO，不喜

＜＜ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

欢别人叫他“盖茨第二”，那是因为他的亲和力和莫名的吸引力让他的员工不是把他当作一名顶头上司，而是一名普普通通的朋友。所以很多的员工都因为有这样的一个总裁而高兴，就全身心地投入了为“Facebook”而创业的工作之中。说到这里，我们知道，不一定要别人怎么帮你，你的幽默感会让别人不由自主地为有你这样的朋友，即使是萍水相逢的朋友而骄傲，而去没有顾虑地去帮助你，在你需要援助的时候。

他一直把人际关系看得很重要，比如说，在“Facebook”盛期之时，一对孪生兄弟以推翻和“Facebook”签署的补偿和解协议而将懵懂的扎克伯格告上了法庭。而那一对孪生兄弟并不是别人，就是以前扎克伯格的大学校友。

但是扎克伯格没有很公开地表示自己的愤怒和不满，因为毕竟是同窗一场，他也在尽力地挽回这段人际关系链，便以“Facebook”公司出面，赔偿了 6500 万美元（包括现金和股票）。

最终，那对孪生兄弟取消了上诉。事情就这么淡然地解决了，生活还是平淡得如一碗水似的。

也许那对孪生兄弟有些“良心发现”，这么一个好脾气而不善于言辞的他之前可能没有被发现。或许是扎克伯格知道，他能有今日的这般成就，没有朋友是不可能的，如果只有“誓言”而没有“实验”，纸上谈兵的能耐，他就很可能还在哈佛大学学心理学。

当有人叫他“总裁马克·扎克伯格”，他会很孩子气地表现出他很生气，他还是那么喜欢叫自己为“混蛋”，对他来说，如果在他的名字前面加上了“总裁”或者是“CEO”“盖茨第二”等等，他就以为两个人的关系变得很疏远。他不希望每一个人都和他变得生分很多，

马克·扎克伯格成功法则

这个很有创意的青年人马克·扎克伯格就算是在路边施舍乞讨的乞丐的时候，如果乞丐对他说“Thank you very much！（非常感谢）”，他都会回一句“No thanks, we’re friend.Do you know？（不要说谢谢，我们是朋友。你不知道吗？）”

他的眼里没有什么所谓的上司和职员，他也没有歧视过任何一个人，因为在他的字典和世界里面只有朋友。除了朋友，还是朋友。

大众中光鲜亮丽的“老板”马克·扎克伯格的身后，他不仅仅是收获了他最最珍贵和付出心血最多的“Facebook”，还有那个叫友谊的东西，细腻纯净的硕果满载而归。

【成功法则】

如果别人对你说了什么难听的话，那么就请学习一下扎克伯格笑一笑吧。

如果你在感叹：“我朋友那么多，为什么没有一个如‘生死之交’那般忠贞？”那么请你动动脑筋想想那些感叹着“我为什么没有朋友”的人吧。有朋友，哪怕是一个都是一件很幸福的事情，但是朋友是自己珍惜呵护着的，当朋友可以与你掏心掏肺，那么你们的“友谊树”便可开花结果，看吧，友谊就是那最耀眼的花朵。

但千万要注意，请不要把你对朋友的忠贞变成三分钟热度，如果你这样做了，你的友谊之花也会变成一朵昙花，这可是很重要的！

大家都是平凡的人，别人不理解的时候都需要朋友在背后默默地鼓励。处理好人际关系是迈向成功的必需品。

也许你在真正有急事的时候，你的朋友帮不上太大的忙，但是如果他们在有困难的时候请伸出你的援助之手，他们会因此而记住你，

＜＜ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

进而会帮助你走完接下来的路，辅助你走过湍急河流上面的独木桥。

成功不是独角戏，有朋友、有良好的人际关系事情就会事半功倍。
不要吝啬你的友爱，无私地奉献吧，不但能“保本”，而且还有丰厚的“利润”，切记这一点，良好的关系是至关重要的！

马克·扎克伯格成功法则

第九节 成功并非一时的才华，而是坚持下去

扎克伯格在十岁时就拥有了自己的电脑，也证明了他的“计算机”之路已经拉开了序幕。他的爸爸妈妈便在那个时候就为他安排很多高中生、大学生学习钻研的编程课程，他也是非常地喜欢，不得不说他也真的很有天赋。高中时期的他便无师自通，琢磨出了一个MP3播放器。

如果说现在一个MP3播放器随处可见，随随便便的一张钞票挥一挥就可能有很多种类的MP3播放器供你挑选，但是在那时却不是个高中生可以“驾驭”得了的。扎克伯格从头到尾都是一个人完成的，非常不容易。如果按照一般人的思想，他应该在那个时候就“收手”了，但是如果他当时真的那么去想，他就一定不会有现在的这番成就。

从MP3播放器轰动全校让所有认识扎克伯格的人为之震惊，到几万人使用的音乐软件风靡网络，到多种程序的设计，到“Facebook”的社交创意和成果，每一步都是进步，如果一旦停滞不前，那么这个叫“Facebook”的“Facebook网”我们要在很久以后才可以看见，也有可能我们会永远看不见。

“不要再说‘我不能’”。这是马克·扎克伯格在美国加利福尼亚

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

亚州门罗帕克的一所中学所发表的演讲，并且他用很洪亮的声音告诉所有听他演讲的人，那就是：“不能靠一时的灵感或才华取得成就，而是需要一年又一年的实践和努力及一次又一次的失败和教训。如果想要一鸣惊人，就要付诸很大的努力和汗水。”努力了就一定会有回报的，并且要把头脑向多个方面、多个领域延伸，把每一次的思考都看作是很重要的。

2005年，扎克伯格在斯坦福大学又一次举行了演讲，内容大概就是，有两件事是你需要知道、需要懂得的，第一，保持现有的；第二，持续发展。我们现有的就是完善的应用程序，我们要保持这种风格，不靠噱头和花招。同时，要在不破坏现有水准的前提下，关注那些持续发展的、容易扩大规模的产品或趋势。

从另外一个角度来说，亘古至今，古今中外，没有一个“大家”是靠一时的灵感得以成就。唐诗大家李白，作诗无数，豪放不羁，以繁星一般篇幅的诗作流传至今。比尔·盖茨，微软公司成立以前，他也是经历了各种困难，微软也不只是一种灵感那么简单。当然，扎克伯格也是崇拜着那些富有灵感和才华这种财富的人，但与其羡慕，不如自己就是那样的人。从他记事的那个时候起，就已经立志将自己培养成为自己的偶像，让自己做到最好。

当然，这些想法也是一直促使扎克伯格每一次前进的动力、希望，甚至可以说成是一种必需品。创最辉煌的事迹，做最给力的自己——这就是扎克伯格应有的信念和信心。

80后创业的人不在少数，但是能这样努力的人却屈指可数。“别人笑我太疯癫，我笑得更灿烂”，这就是一个在哈佛大学辍学了的一名青年，面对舆论的生活态度。让每一天都与众不同，每一天都是新

马克·扎克伯格成功法则

的，每一天都有所收获，有所创新，才能持久发展，你的生活、事业，才不会懈怠。

“不要再说‘我不能’！”“成功是不可以靠一时的灵感和才华的。”“成功的结果是用思维和缜密的头脑创造的。”“相信自己。”这句句箴言，完全可以让听者的心房、头脑、思维萦绕啊萦绕。

无论你信或者是不信，反正是我相信了，这种决心和信念就算是没有别人相信，那么请抬起头看看已经身处高峰的扎克伯格，他就是实践过这个计划的人，不怕有更多的人追逐着你，试图超过你，要努力做到更好，把别人远远地甩在后面！

请千万要记住这一点，不要以为如果思路突然间断了就停止继续前进的脚步，要知道有的时候网络也可能是你寻找灵感的一个好地方。扎克伯格就是在一次一边吃着早餐一边看网上的东西而得来的灵感，所以才会去和同学们侵入学校的电脑，然后一起用仅仅一周的时间就做了一个“Facebook”的前身，从此一发不可收拾，开始了他的“Facebook”旅程。

【成功法则】

你如果获得了一时的成功，那就继续把成功延续下去吧，在一般努力的同时，脑袋里面也要想想其他的新创意，一方面的灵感不足以成大器。

也就是说，在稳定了你眼前不能改变的局面下，用其余的力量和实力，为成功之后的一角抹上浓墨重彩的一笔。

有一个国家叫作“日不落帝国”，为何不取其意义，让自己的成就也“日不落”一下呢？——白天在公司的工作中努力勤勉，晚上加

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

班多多工作让别人佩服；深夜到你睡觉的时候可能有某一个频道的晚间新闻或者是你的朋友在晚上做着梦的时候出现了你的影子：报道着你的公司和你公司旗下的产品有多么的好，有多么的给力，说你这个人做事有多么的努力，作为榜样；梦到你正在成为别人敬仰的对象，让你的朋友感到在别人的眼中因为有你而骄傲，就像扎克伯格的朋友在别人面前可以大声地喊出：“我的朋友是马克·扎克伯格！”面带微笑，让无数的人投来很羡慕的目光。

每一个人，自从呱呱坠地的那一刻起，就是独一无二的了。虽然说身体是父母给的，但你就是独一无二的，身体都已经是独一无二的了，那么思想，这种你可以自我掌控的东西就更是独一无二的了，不可置疑。所以你的想法，也许会和别人有过雷同之处，也许会和别人大同小异，就相信它们是“巧合”吧！请不要放弃，消极堕落下去。堕落是万丈深渊，只有在到了底的时候才会发现，你已经出不去了，如果你自生自灭，从此生活就如同行尸走肉一般。不消极的原因就是，因为也许你就会看见，下一个路口，转角就有下一个自己，有着别有一番的成就。

也许，所有的事情都有也许，放心大胆地开动你的脑袋吧，你永远是最棒的。

科学实验如果没有假设，那么这根本就是不成立的。大胆地提出你的假设吧，你的每一次动脑就让你脑袋里面的细胞做了体操。每一次的假设都要施行下去，就算是别人做过的，请享受这种过程。如果你发觉，有一天你发现一件事，是别人没有做过的，就大胆地做出来吧，不管成功或失败，继续下去：成功了也不要骄傲，保存实力，蓄势待发，和别人的成就争奇斗艳；失败了，请千万不要灰心，跌倒了方才有炼

马克·扎克伯格成功法则

炼甘露恩泽四方。摔倒了，就算是没有人扶着你，就再试一次。直到你认为，我已经成功了，做到自己的最好了为止。

你的灵感和才华与生俱来，它们是无限延长的，成就过了一次可千万别忘了它们，它们还期望着下一次的“含苞待放”呢！干吗自己宅在家里，让自己的灵感也被很宅的你束缚在了身体之中。有些时候，灵感是会在你出其不意的时候就告诉你，你已经成功了这个美妙的消息！

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

第十节 有史以来最“穷”的富人

扎克伯格在创立了“Facebook”的几年后，就已经成为了全球最年轻的亿万富翁，但是，即便是有了这么大的成就，他依然住着租来的一室一厅公寓，房间的地板上放一个床垫，两张椅子，一张桌子，这就是扎克伯格的全部家具。

在工作期间，他的早餐通常都是一碗麦片。而且，他会走路或骑自行车上班。自从他成名后，媒体便逐渐开始关注他的感情史。据说，他有一位仍在哈佛念书的女朋友，他也承认，“之前他曾为一个女朋友煮过晚餐，”“但是，结果不理想。”

美国的八卦私人网站曾经在2007年的时候上传了一段视频，当时，扎克伯格被拍到与一位亚裔女性走出餐馆并一同坐进轿车离开，后来经查证，事件女主角就是扎克伯格现在的妻子普莉希拉·陈。

这位年轻的富豪曾在登上《新闻周刊》封面后，接受采访时穿着平时在家穿的T恤和便鞋，甚至在2007年的一次科技论坛上，他面对采访露出虎牙的同时也跷起了二郎腿，秀出了穿着阿迪达斯拖鞋的脚丫。就连当年扎克伯格拒绝微软高层主动提出的约会，原因也是因

马克·扎克伯格成功法则

为微软要求上午 8 时会面而他起不了床。

正因如此，扎克伯格才不断被质疑，这个 80 后的年轻富豪，是不是会像其他富豪一样高调。但事实却并非如此，扎克伯格虽然是目前全球最年轻的白手起家的亿万富豪，但婚礼却一反富豪的高调奢华。

扎克伯格与华裔女友的婚礼竟然是在扎克伯格自家后院举行的，出席宾客还不到 100 人。他们花了大概 4 个月时间去秘密筹备婚礼。受邀宾客原以为是去参加普通派对。当这对伉俪穿着礼服出现时，大家才恍然大悟，原来“这是一场精心策划的婚礼”。

在大家认为这只是个婚礼准备的时候，他却用实际行动告诉大家，他是认真的。扎克伯格这位典型的 80 后素来喜爱穿着廉价的帽衫，连“Facebook”上市的当天也未曾脱掉这身标志性的服装。被邀请到场的各位宾客甚至还开玩笑，说新郎扎克伯格会穿 T 恤上阵，而在当天的小型婚礼上，扎克伯格却一反常态，西装革履，甚至还打上了领带。普莉希拉的婚纱则简约而不落俗套，普莉希拉戴的婚戒也非名家设计，而是扎克伯格的“爱心设计”。

不仅如此，婚礼上的食物也并不丰盛，全部是所谓的“家常菜”，大多由他们非常钟爱的两家当地小餐馆提供。据称，现场的嘉宾们随后还步行到了当地一家餐馆，品尝两人都喜爱的老鼠形状巧克力，因为他们第一次约会吃的就是这种巧克力。这可谓是一场浪漫之旅，在扎克伯格的设计下，大家也体验到了一次节俭的婚礼。

“每一个百年，人类社会的媒体形态都会迎来巨大变化”，在 2007 年 11 月召开的“Facebook 社交广告营销大会”上，扎克伯格便以这句话作为了他的开场白。随后扎克伯格洋洋洒洒地带领现场观众回溯了人类社会过去的两个千年，从岩洞壁画到狼烟信号，从印刷术

＜＜ 第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

的发明到今天的互联网。最后，扎克伯格顿了顿，说“未来一百年的广告业将与现在根本不同，它将会从今天开始”。

在当时，有些人会觉得扎克伯格有点忽悠的意思。而今，却不会再有人将他那些“Big Idea”视为天方夜谭，这逐渐让整个世界都开始注视着扎克伯格乃至“Facebook”未来的一举一动。

关于“Facebook”此后的发展，扎克伯格显然成竹在胸，他看好“Facebook”的未来一百年，也就是说，“Facebook”有一百年的时间继续发展。有迹象表明，“Facebook”将会从“好友”这一目前“Facebook”社交关系的基石出发，挖掘“Facebook”既有的社交图表的潜力。当然，扎克伯格也希望，“Facebook”能连接所有的“友谊链”，让人与人的关系更加紧密。

用纯粹数学的观点去审视“Facebook”的“社交图表”，我们也可以将其视为一系列的“点”与“路径”——这个“点”就是个体，“路径”便是连接个体的纽带，也就是社交链。“Facebook”能够超越“Friendster”以及“MySpace”取得成功，就在于其打造了这样一系列的“点”与“路径”，并且最大限度地保持了它们的社会真实性，为互联网注入社交基因，从而赢得了众人的追捧。

而如今，这一切对于扎克伯格来说显然还不够，有了这些铺垫，“Facebook”虽然成功了，可是为了长远发展，这些还远远不够。因为从现实社交的角度讲，“好友”一词无法完全勾勒出人际间的现实关系。如果“Facebook”上仅有“好友”和“非好友”两种选择，那对于扎克伯格来说真的是太没有人情味了。未来的“Facebook”将会用更为巧妙的手段调整用户之间的人际关系，以求更准确、更细化地反映我们与他人之间不同层级的关系，让两个人之间有一个脱离尴尬

马克·扎克伯格成功法则

的关系，毕竟，在每一个人的现实社交生活中，人际关系都是含有多种层次，而不是平面化的。

另一方面，“Facebook”在积极调整人际关系的各个层面，也在积极拓展社交图表的内涵，力争让“Facebook”在各个市场中得到更好的突出。很久以前，扎克伯格就声称“社交图表”仅仅是与人建立关系的第一步，在未来，“Facebook”将把现实的产物也编织进入“社交图表”。让现实融入进互联网中，正如扎克伯格团队中的伊桑·比尔德（Ethan Beard）所说，“我们意识到可以用图标表现的不仅仅是人，也可以是任何和你有联系的物体、项目、组织、想法等等所有的东西。当展示出这一切时，我们就可以充分了解某个人的个性”。或许可以这样讲，未来“Facebook”社交图表的“点”与“路径”，将不仅是人与人之间的关系，还会有物与人的关系。这虽然不在大家可以理解的范围内，可是却正如现实生活中，两个人往往因为同一部电影或书籍结为友人，“物”也将成为人际关系的枢纽。如果将物质融入“Facebook”中，社交网络就将进入一个新的局面，人们开始为了将物质链联系到一起而努力。

“Facebook”的社交图表在不久的将来无限延伸与拓展，成为一个巨大信息空间。事实上，扎克伯格早就已经为其设想出一个新的理念——“社交信息流”。“这几乎包含了人类所有意识和交流的信息流，我们的产品只是它那些不同的侧面……现在看来，社交图表是个非常有用的架构。但我认为，以汇聚用户个人信息而形成的‘社交信息流’这一概念将更加重要”。扎克伯格会把所有的物质与人联系起来，然后变成一个全新的沟通理念。

从“社交图表”到“社交信息流”，扎克伯格正在努力去把

《第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

“基于关系的传播”从先锋式的创新变成横扫世界各地的潮流。同时，“Facebook”也从一个因人性而生的交友网站，变成点燃新传播方式的革命性社区，并最终走向了一个可以改变世界形态的伟大企业的宏图。

马克·扎克伯格，这个二十多岁的年轻人，他正用这种方式去“接管世界”。只要有人愿意交朋友，他就会给大家提供一个空间，并且借助媒介去赢得每个人的目光。

对于扎克伯格来说，大家最常听到的就是关于他的特立独行，在此前，他完成了一件人类从未尝试过的任务：那就是，将全球5亿人口联系在一起，并建立起彼此之间的社交关系。在他“没有国界的帝国”里，作为“在世界范围内签发护照”的人，他不仅建立了一个全新的社交圈子，也让世界成功联系到一起。所以，他毫无意外地登顶了《福布斯》最年轻的亿万富翁榜。二十多岁坐拥亿万身家。比起几年前的他，如今，他更加成熟，更加勇敢。

从他身着卫衣参加华尔街首次公开招股路演活动，并且被批为最差装扮，招致了市场批评，分析师指责其做法表明其“仍不成熟”。科技产业则认为，其做法只能表明他是位与世隔绝的怪人，这样独特的行为就是在暗示整个世界，他将要大逆转。这名年轻的CEO，曾在自己的商务名片上印着“我是CEO，混蛋”的字样。

一次，他与人打赌称一周可以完成5000个俯卧撑，所有人都对此表示怀疑，开出了赔率30：1的盘口。于是，他每天定时去做10～15个，哪怕是与人会面时也不会间断。当然，最后的赢者是“扎克”。这便证明了，扎克伯格的成功是赢在了他的坚持上。

如果说扎克伯格总是在创新也不完全正确。在“Facebook”位于帕罗奥托市旧总部附近有一条小路，该小路通往远处起伏的群山。扎

马克·扎克伯格成功法则

克伯格将潜在招聘对象领往这条小路，然后再一起爬上山顶以获得“一览众山小”的体验。而这一招，是从乔布斯那里学来的。他擅长招聘，喜欢用自己的方式招聘人才，比较一下，许多人可以看出，扎克伯格更喜欢与他相似的人。

“Facebook”的首任总裁肖恩·帕克因其“派对男孩”的生活方式被视为一种过于沉重的“债务”，也将扎克伯格的性格视为拖累，这使其无法在“Facebook”中拥有属于自己的未来。在加盟“Facebook”不到一年以后，帕克就被迫从公司离职。

其后，范纳塔便为这家公司建立了第一个销售和财务团队，也开始寻找能够让这个公司发展壮大的方法，在2007年，这个团队从微软那儿争取到了投资，这项投资对“Facebook”的估值为150亿美元。

近期，扎克伯格快速做出决定：以超过10亿美元收购移动图片应用程序开发商“Instagram”。在做出该决定的过程中，扎克伯格并没有征求任何人的意见或建议。扎克伯格是在一个周末做出了收购“Instagram”决定，因为他相信做事需“速战速决”。

为体现“Facebook”的专注精神，该词汇甚至出现在“Facebook”总部的洗手间当中。如果想要制造影响，最好的方法就是确保自己能够始终专注于解决最紧迫的问题。公司鼓励所有人都能够善于发现最严重的问题并予以解决。

在收购“Instagram”时，扎克伯格和该公司CEO凯文·希斯特罗姆在扎克伯格家中私下达成了协议。律师和顾问均没有参与这一过程。“当交易完成时，扎克伯格和希斯特罗姆坐在外面，吃着牛排和冰激凌，而律师都坐在里面观看《权力的游戏》。”

也就是说，扎克伯格正在用一种属于他自己的方式决定公司的前

＜＜第四章 扎克伯格的事业发展秘笈

途。在这场君王之战中，扎克伯格更像是一个评论家，他在寻找自己团队成员的时候，也在评判着周围的每一个人。

大家总是在议论，这个特立独行的家伙，是不是真的那么奇怪。

在扎克伯格高中的时候，就有传言说他因为没有办法准时起床，而拒绝了微软高层。事实上，拒绝微软高层是真，但原因至今也是一个谜团。

但是，扎克伯格一向的行事作风不容易让人理解，所以，扎克伯格是以什么原因拒绝的微软高层，大家还是投起床票的多一些。

由于这个传言，扎克伯格更加会被人说幼稚，也是因为所谓的幼稚，他总是在不同的场合遭到质疑。

可以说，这个年轻的富豪是在质疑声中生活着。

如果说特立独行是个错误，那扎克伯格一定是在错误中求生存的错误源。首先，一个年轻人竟然成了富豪；其次，这个年轻人拥有别人所不具有的财富；再者说，扎克伯格的性格是绝对的特殊，让很多人既崇拜，又充满恨意。

但扎克伯格这种因为起不了床而拒绝微软的做法是否对呢？当然不是！纵观“Facebook”后来的发展，我们知道，“Facebook”收获的第一笔投资就是来自于微软，微软不仅是它的投资者，也是被它拒绝过的公司。

包括后花园婚礼这些奇怪的行为，扎克伯格几乎成了怪人的代名词。所以，当时说扎克伯格是因为早上没有办法起床才拒绝了微软高层，事实上，已经被包括他在内的所有人承认了。

马克·扎克伯格成功法则

【成功法则】

炫耀并不是成功的体现

很多人一旦有了钱就会不断向外面的人炫耀，以为在炫耀金钱的时候就是在炫耀成功。事实上，炫耀金钱就是在炫耀自己的肤浅。

或许成功对于一个人来说是值得高兴的事情，可是一味将自己的金钱炫耀到别人的眼睛里，那就是对自身的无知进行炫耀。

这不仅是一个不好的习惯，也是一个成功的致命伤。放在平常，也许就算了，如果遇到周围有不想让你成功的人，很可能你的炫耀就会成为别人击垮你的手段。

不泄露自身的优势

一个成功人士要懂得隐藏，首先要隐藏自己的能力，其次就是要隐藏自己的财富，所谓“财不外露”。如果扎克伯格是一个喜欢炫耀的人，大概也不会有这么多粉丝喜欢他。

一个二十几岁的男孩，正是因为有超常的觉悟，所以能在人群中脱颖而出，也正是因为他的特立独行，才成为了众人关注的焦点。

第五章

“Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

创业法则：在创业的过程中，最重要的一环就是营销，懂得营销商品能获得财富，可是懂得营销人脉才是一个企业管理者必备的才能。

做一个网站，所要营销的东西更不仅仅是新意，在某种程度上说来，营销就是在打创意仗，可是，换言之，网站的营销也是在营销自身的影响力。

马克·扎克伯格成功法则

第一节 打造自己的平台战略

在“Facebook”第一季度营业收入中，有 15% 来自于“Zynga”（社交游戏公司名称），低于 2010 年同期的 19%。在上述 15% 的营业收入中，有大约 11% 来自通过“Zynga”游戏出售虚拟物品获得的 30% 的收入分成，或是“Zynga”直接向“Facebook”支付的广告收入。另外的 4%，则来自于在“Zynga”内容旁边展示广告获取的营收。

“Zynga”是一个什么样的企业呢？它是一个游戏公司，成立于 2007 年，寄生于“Facebook”平台并伴随着平台的成长而成长，采取免费使用但对道具收费的模式，2011 年 12 月份上市，今年第一季度营业收入为 3.21 亿美元，净利润为 4700 万美元。人们以前在提到“Zynga”时，都会感叹“Facebook”平台的强大，现在则会担心是不是“Facebook”过于依赖“Zynga”。但是我们是否想过，一个从“Facebook”平台上长出来，并拥有季月均活跃用户人数 2.92 亿人的软件应用，“Facebook”却只能拿到 30% 的虚拟物品分成。

同样作为一个平台企业，苹果是怎么做的呢？所有在苹果应用商店（APP Store）下载收费类应用程序的开发者的都必须将收益的 30%

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

支付给苹果公司。据市场研究机构“Strategy Analytics”发布的最新报告显示，苹果 2012 年将占据付费应用营业收入 53% 的份额，全球手机及平板电脑应用下载总量将超过 410 亿美元。根据苹果与开发者之间三七分成比例，苹果应用商店将获利 65.19 亿美元。虽然这不到苹果总收入的 1%，但是玩这些游戏你必须拥有一台“iPhone”或者 iPad，苹果应用商店无非是推高其终端销售的工具。而“Facebook”的大平台只有眼看着别的应用成长，然后面临随时被抛弃的可能。

“Facebook”完全可以容许自己的平台生长出收费的游戏或者其他应用，进而采取比例分成的模式，而且也可能推出自己的操作系统和终端产品。最新的消息称，“Facebook”正在密谋收购某家芯片公司，同时也在秘密开发移动操作系统。“Facebook”内部员工对此的回答含糊其辞，但肯定地表明，扎克伯格已经不想只靠广告赚钱了，平台是今后重要的赚钱工具。如果谈到平台化企业，苹果无疑是最好的榜样，只不过苹果是从终端开始向平台发展，而“Facebook”则从平台应用向终端发展，所谓殊途同归。

一直以来，人们习惯于将“Facebook”与谷歌对比，这有两层含义：第一层，未来互联网的入口将由社交平台取代搜索，前者革了后者的命，谷歌创始人布林也只好酸溜溜地说，“社交平台毁了互联网的开放精神”，但也不做其他辩驳。第二层，“Facebook”只有谷歌 1/10 的营业收入（今年一季度谷歌营业收入为 106.5 亿美元），其股价营业收入比高达 23 倍，而谷歌的只有 5 倍，“Facebook”的估值过高。

在“Facebook”的 IPO 路演视频中，扎克伯格对谷歌的描述是这样的：我中学时代就开始使用搜索引擎，并且认为它们是世界上最奇妙的事物，但是，“那些公司都是古董了”。以此作为他对竞争对手谷歌的看法。

马克·扎克伯格成功法则

显然，扎克伯格并不把谷歌放在眼里，而从他对平台的期望可以看出，“Facebook”想瞄准的对象其实是苹果公司。目前，苹果公司的市值接近 6000 亿美元，是谷歌和微软市值的总和，第二财季净利 116.22 亿美元，同比增长 94%，营收为 391.86 亿美元，同比增长 59%。

在平台企业的这个序列中，“Facebook”发展的空间十分巨大，这是一个无限生长的平台。不知道，2007 年扎克伯格决定将“Facebook”做成开放平台的时候，是否已经想到了要做出比苹果公司还要大的平台企业？扎克伯格在下一盘大棋，这句话再准确不过了。扎克伯格恐怕已经不只是想按苹果公司模式那样搭建自己的平台了，即：简单的分成收费，软件促进硬件的销售。他实际在做的是，如何将“Facebook”现有的资源充分地调动起来。9 亿用户及产生的信息数据，近百万的平台应用软件，该如何发挥价值？开放图谱（Open Graph）是“Facebook”平台开发部的一个重要成就。2010 年 4 月 22 日“Facebook”在第三届开发者大会上推出。该功能让用户在支持开放图谱（Open Graph）的网站上的活动（like）也能产生一个独特的“Facebook”链接，并且归类到用户的“Facebook profile”（活动记录）下面，让你的粉丝可以见到你浏览其他网站的行为。如访问了哪些网站，“Like”（点赞）了哪些餐馆、歌曲等等。

“Open Graph”实际上对“Facebook”平台的一种无限延伸，它让平台不局限于应用软件，而是所有的互联网最终都将汇聚在“Facebook”这一个平台上。这也就是为什么谷歌创始人布林所讲的，未来互联网相当于只有“Facebook”一个平台，确实毁灭了互联网开放的意义。

2012 年初，“Facebook”又将“Open Graph”与新推出来的

《第五卷》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

“Time line”（时间轴）功能整合起来。也就意味着，你在支持“Open Graph”的网站的“Like”活动，将适时收集到你的“Timeline”中，当你看一个人的“Facebook”主页时，必然看到此人历史中的爱好以及在各大网站的踪迹。这是一次奇妙的结合，它让人们对于“Facebook”产生越来越大的黏性，同时它给其他网站带来巨大流量。视频版的“Instagram Viddy”与“Open Graph”整合后的一个月时间内，新增用户达2500万；“SocialCam”（视频分享应用）整合后，两周内新增用户达2000万。有人甚至说这是一剂兴奋剂，对其他网站如此，对用户亦如此。就问你一句话，你是否想知道10年前的今天这个时刻你曾在哪里留下足迹？如果想知道，那么很幸运，如果10年后你有类似的想法，“Facebook”就可以满足你的要求。

当然，这并不是平台发展的终点，更大的计划正在进行。就像所有人都看到了移动互联网的趋势一样，“Facebook”也不例外。在互联网广告业务收入中增长最快的类别是移动通信，2011年收入达16亿美元，比前一年的6亿美元增加一倍。“移动产品能及时提供目标明确、相关性强的地方性的广告，这符合“Facebook”自身的定位。”几乎所有的“Facebook”员工都有着类似的理解。

但是否能将整个“Facebook”完全原样照搬到移动互联网上呢？如果你愿意在几英寸屏幕上看你上百名好友的动态，那么没人反对。事实是，没有多少人像你这样有耐性。如何剔除移动产品上的信息噪声，是“Facebook”正在思考的问题。

“Facebook”的员工对受赞助的内容（Sponsored Stories）的推出感到无比兴奋。它原意是为广告客户而来，如果用户“Like”了一个广告客户的广告活动，那么就会被推送给该用户的特定好友，至

马克 • 扎克伯格成功法则

于究竟是谁，“Facebook”会做大量数据挖掘工作以发现究竟谁会感兴趣。这在网页版看不出特别的优势，但是如果在手机上，“Facebook”为你挖掘出你感兴趣的广告活动，是否会令你感到惊奇？而且这不局限于广告活动，任何人都有权利发布自己的活动，并被其他感兴趣的人所发现。不过，前提是你愿意公开这样的活动。

就像人们曾对谷歌盛大上市时的表现一样，有高估者，有低估者。从2004年上市到今天，谷歌是否超出了人们预期的增长？答案显然是否定的。2004年“Facebook”刚刚成立，那时在谷歌上市招股说明书的竞争对手一栏中还没有它的名字，如今它成了谷歌最大的威胁。怎样才能避免被还没有出生的小对手击败？这或许也是“Facebook”现在要思考的问题。

为了获得源源不断的创新动力，扎克伯格力主黑客文化，“黑客可以实现持续不断的改进提升。”“Facebook”办公大楼的中央空地上，矗立着几个巨大的灰色水泥字母，拼在一起就是“HACK”。黑客是一群什么人呢？他们不关心别的，只关心技术和产品，他们会为一项伟大产品不惜昼夜，成功时欢呼雀跃，失败时垂头丧气，他们为创新而生。

一位已经离开“Facebook”的前员工说，“后期我的工作没有2007年初刚去的时候那么忙了，平均一周工作55个小时，就这样还屡次被我的老板嘲笑和鄙视。”黑客文化已经成为“Facebook”超速发展的根基所在，至少到目前为止是如此。

对于这样一群人，几乎不用管理。“Facebook”的管理层级只有三层，极为扁平化，即：一般员工、组长、分管副总裁。考核也极其简单，老板说了不算，绩效考核说了也不算，同事说得才算。每到年底会有一次总的考核，“主要是让你的同事说你到底做了什么，有什么贡献，

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

当然如果你做得不好，同事的总结里面也会提到。”根据同事的陈述，老板再按照标准对其进行评级，共分为7个档次，并对应相应的现金奖励和股票奖励。

基于这样的规则，每个小组老板的作用主要是协调产品开发，而基本不用在意人事问题。一个“Facebook”的员工说，他的老板有2/3的时间不在办公室，“没人管你，全靠自己”。

到目前为止，在外界看来，“Facebook”仍是一个拒绝官僚的组织。扎克伯格自己就不喜欢开大会，他喜欢直接和产品开发者个人进行面对面的交流，与他们讨论产品的细节，细到如字体的大小和颜色。这也就形成了“Facebook”的另一种文化，“只要你觉得自己开发的产品很棒，那么就肯定能让扎克伯格知道。”在“Facebook”，没有人甘于平庸。

但这种文化是有前提的，即：员工队伍还不是足够庞大。谷歌最开始的文化也是如此，但如今员工人数已达几万人，布林或者佩奇又如何做到与每一个员工单独沟通呢？2006年前后加入“Facebook”的程序员们都有一个很明显的感受，“刚开始我们程序员之间无论见到谁，我都知道他在开发什么产品，但是现在我们不仅不知道他在做什么，有很多同事我都根本不认识。”

扎克伯格已经预感到这一点。现在，无论外界发生什么，扎克伯格都会用这样三句话训诫员工，“Stay focuse（专注）”，“Keep shipping（保持固有状态）”，“Ever day fells Like a week（每一天都好像一个礼拜）”。扎克伯格很怕上市之后机构变得臃肿、人浮于事。

在内部有了很多新的解决办法，比如每隔18个月，工程师便被

马克·扎克伯格成功法则

要求离开自己的小组去别的小组做一些不同的事情，时间至少是1个月。“Facebook”想让每个程序员始终有创新的动力。

有一半的人认为，“Facebook”不会走偏，因为扎克伯格手里握有绝对的控股权。根据IPO资料披露，在一桩不同寻常的交易中，扎克伯格已经获得了属于加速合伙公司（Accel Partners）、创始人基金（Founders Fund）和俄罗斯投资公司DST所持股份的部分表决权，当他行使全部的1.2亿股期权时，将获得公司58.5%的表决权。

在美国企业的董事会里，你很少会听到“聚焦”这个词。普遍的想法认为聚焦就意味着牺牲，而这并不是左脑思维的CEO想要做的事情。

还有些CEO是执意决定“聚焦就是在浪费时间”，有所谓“聚焦”的时间，公司都已经可以扩展到好多家了，所以，在美国企业中，你听到最多的一个词是“扩张”——如何才能将我们的品牌扩张到更多的品类，获得更多的利润，通过更多的销售渠道？

但扎克伯格不同，他总是在整理自己的思路，并且“聚焦”所有适合他发展的内容。

有专业人士统计，近期“Facebook”正处于亏损阶段，但扎克伯格丝毫没有气馁，他反而觉得庆幸，因为终于出现了可以让他挑战的状况。

这个爱挑战的大男孩开始把目光放在“Facebook”的发展上，正因如此，扎克伯格才更容易看出“Facebook”现在所面临的问题。

在大家质疑他是否也会像苹果一样，往手机行业发展时，扎克伯格表示否定，或许这个行业有很多吸引人的地方，但是在扎克伯格的眼里，他并不觉得是适合他的。

在创立“Facebook”后，扎克伯格也从长远的角度分析过

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

“Facebook”的未来，他的眼里，“Facebook”是因为有了开始，所以才发展。抛开当时的情况来说，扎克伯格算是在“Facebook”建立初期便融入了坚定的意志。

曾经有人说，一个企业的建立有三个步骤：第一是瞄准，首先要瞄准时机和地点，这样会更加容易成功。第二是发展，有了开始，就一定要懂得让企业向哪个方向发展。一个企业建立后，不是让它随心所欲地蔓延，而是要让它在适合它的位置发光发热。第三是回顾，经常在创业这条路上回顾自己走过的地方、遇到的问题，这样，在不断地回顾中，也许会看到未来的前景。

一个成功的新品牌（例如红牛）通常都是以一个新品类（例如能量饮料）作为基础的。起初，顾客对购买这样的品牌会心有疑虑，因为他们不适应这种新商品，广告在减少这些隔阂方面缺乏公信力。

推出一个新品牌最好的方法就是利用公关。与广告不同，公关对大多数顾客来说都具有可信度。之后，公关也会推动品牌的口碑，使其最终成为品牌的信誉。而且通常公关策划的费用要远远低于广告运作，公关更适合新品牌缓慢成长的模式。当然，任何一个新品牌充分挖掘了公关的潜能之后，就是转为广告攻势的时机了。

而作为一个企业的领导人，任何一个顶级人士，都有非常高的标准，而且几乎是接受完美的，他要求凡事零缺点，却要求任何事情要以最高品质为基准。

你做事的品质和你个人的成就成正比，跟你服务的人数成正比，跟你的态度成正比，跟你的知识成正比，跟你的标准成正比，成功者都拥有高的标准，失败者的标准都不高。

很多人为什么会失败呢？因为他觉得现在这样也可以，那样好像

马克·扎克伯格成功法则

也不错。

他想要成功，可是到底有多想？好像也没有那么想，他为自己设立了非常低的完成标准、注定失败的标准，这件事是绝对没有办法成功的。

要成功，一定要先帮成功者工作，再与成功者合作，因为唯有从成功者身上，你才会了解到成功者是如何要求自己的，他们设立的标准是那么高，而且是如何坚持他们的标准，每一个人一定要配合他们这个标准来进行。让每一件事都做得非常好，尽善尽美，非常有绩效，他们重视品质，也非常重视服务。

顾客不断地跟他们再度购买，也不断地介绍他们的朋友来消费，这样他们会有无限的快乐，因为他们坚持自己的理念，因为他们忠于自己的标准，因为他们绝对不接受第二流的人为他们做出二流的表现。

他们无论做什么事情，一定要做第一名，假如你不这样要求自己，你永远只能做二流的事情。

所以，在你幻想着力争第一的时候，你该行动起来了，朝着你期望的方向。

【成功法则】

“Sponsored Stories”至少整合了“Facebook”的数据挖掘能力、开放图谱能力、移动平台，扎克伯格希望掌控住移动全局的野心正逐渐彰显，他无所顾忌。

在“Facebook IPO”路演视频中，COO 谢尔莉·桑德伯格（Sheryl Sandberg）带着往常的自信对所有人说，“移动业务将是“Facebook”的一个关键增长领域。”人们应该期望“Facebook”会带来不一样的移动体验。据内部人士透露，“Facebook”正尝试着用开放内

＜＜第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

容整合大型电子商务网站，包括应用到手机上，并用“Sponsored Stories”的方式进行数据挖掘和推送。那时，“Facebook”会考虑怎样的商业模式，靠分成还是广告获得收益？无论结果如何，都将是一笔不错的收入。这只是“Facebook”移动产品的初露端倪，据其内部员工透露，移动产品小组正在做一个大的战略性产品研发，或许到明年这个时候他们才会正式发布。这显然不是某个小产品的试水，而是一揽子的计划。

虽然它看起来有点慢，但扎克伯格并不担心时机问题，他有足够的财力阻挡移动领域新势力前进的速度，收购照片分享应用“Intagram”以及位置发现应用“Glancee”，便是最好的证明。通过收购不仅让“Facebook”获得了时间，也获得了技术实力，目前来自“Intagram”的10名工程师已经开始在移动产品小组工作。

马克·扎克伯格成功法则

第二节 收购“Instagram”，对“Facebook”有什么意义

“Instagram”是否真的价值 10 亿美元？这不禁让人联想到 6 年前，谷歌斥资 16 亿美元收购视频网站“YouTube”，当时同样有不少人士质疑代价是否过高，但时间证明了一切，谷歌在并购后转身成为视频行业的领跑者，拓宽了广告的展现形式。

即便没有收入，“Instagram”也有非常亮眼的增长数据。在 3 月 11 日的一场科技大会上，希斯特罗姆称，从 2011 年 12 月以来，“Instagram”的注册用户几乎增长了一倍，从 1500 万猛增至 2700 万。而当“Instagram”发布安卓平台后短短 12 小时内，下载量就超过 100 万次。

如何做到统领社交网络界？

与 27 岁的“Facebook”首席执行官马克·扎克伯格类似，“Instagram”也有一位年轻的当家人。“Instagram”首席执行官希斯特罗姆（Kevin Systrom）年仅 28 岁，2010 年与其斯坦福大学同学克里格（Mike Krieger）联合推出了“iPhone”应用程序“Instagram”。

<< 第五章

“Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

希斯特罗姆目前持有“Instagram”公司约40%的股份。

就在收购决定宣布的当天，一个名为琼斯的“Facebook”设计师，利用“Instagram”程序拍摄了一张“Instagram”团队的照片，包括希斯特罗姆在内的12名员工，均着休闲打扮，出现在了“Facebook”总部。

在该笔交易宣布之前，“Instagram”的创始人凯文·希斯特罗姆已两次拒绝了“Facebook”。

马克·扎克伯格在公开信中说，“这是重要的里程碑，因为我们首次收购一家产品有这么多用户的企业……我们不打算有更多类似的收购。”

尽管“Instagram”坐拥3000万名用户，但对“Facebook”高价收购的举动依然有些意外。《经济学人》评论道，即便是久经风雨的硅谷老将，都因“Facebook”收购这家成立仅两年的企业而感到震惊。

值得注意的是，就在上周，“Instagram”刚刚获得了一轮5000万美元的风险投资，对其估价达到5亿至10亿美元，但仅仅数天后，这些“聪明”的投资者们便获得了一倍的回报，尽管有评论认为，“Instagram”接受风投是为了向“Facebook”开出更高的筹码。

硅谷观察家的普遍观点是，“Instagram”对于“Facebook”的价值不容置疑：在收购了以移动用户群体为主的“Instagram”后，将进一步壮大“Facebook”在移动领域的运营结构，完善其以电脑用户为主体的用户体系。

基于简单快捷的操作方式以及多种多样的滤镜（用来实现图形特殊效果的功能），加上与“Facebook”和“Twitter”等社交网络分享同步，免费的“Instagram”在推出后迅速受到消费者热捧，每天

马克·扎克伯格成功法则

用户上传照片数量超过 500 万张，甚至被苹果评为 2011 年度最佳应用程序。

快速成长的同时，“Instagram”给同为社交类网站的“Facebook”敲响了警钟，其利用移动平台提供给用户的各种社交特性与“Facebook”很相像。

谷歌前全球副总裁李开复曾通过微博表示，“Instagram”利用 iPhone 平台做出照片和滤镜，吸引摄影爱好者用手机拍照分享，加上“Facebook”社交产品的移动性能不足，而“Twitter”则是移动产品中图片功能不足，这些因素给了“Instagram”生存的空间。

触控科技 CEO 陈昊芝告诉早报记者，拥有巨大用户规模和用户高度活跃的摄影加上滤镜模式的应用程序，对于“Facebook”来说，要么是补充，要么就是对手，而且目前“Facebook”也正受到移动平台的冲击，收购“Instagram”可以完善“Facebook”用户体系。

“Facebook”的确需要移动平台来吸引更多的在线用户，《纽约时报》称，“Facebook”诞生于电脑时代，并尝试逐渐适应以移动平台为中心的时代，而“Instagram”则是一个纯粹的手机软件。

分析师丽·贝卡认为，收购可以满足“Facebook”最为迫切的需求之一，即吸引更多的移动用户。

《华尔街日报》称，在当今社交媒体行业的话语中，收入的重要性不及用户参与度和获得个人数据的能力。

“Facebook”之所以被看好，是因为其超过 8 亿的用户高参与度，据研究公司“ComScore”数据，用户在“Facebook”上平均用时 7.5 小时，是所有社交网站当中最高的。不少上“Facebook”的用户都是为了浏览以及评论好友的照片，但“Facebook”本身却很少提供照片

<< 第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

修饰功能，而这也是“Instagram”快速成长的原因之一。

易凯资本 CEO 王冉在微博上说，无线互联网是一个可以诞生奇迹的地方，“Instagram”被收购意味着图片社交有了可比交易，这个交易会被很多人津津乐道很长时间。

陈昊芝认为，“Facebook”此次收购与谷歌当年一样，属于战略性收购，至于效果则要等到两年之后才知道。

不过，“Instagram”被并购后，不少人开始担忧其个人隐私遭到泄露，此前“Facebook”的用户隐私政策曾遭到多次批评。

虽然扎克伯格强调，会保留“Instagram”的特色和优势，不会简单地将其所有功能融入“Facebook”中，而是独立创建和发展“Instagram”。但是，“Facebook”并没有讲清，具体会如何整合“Instagram”，这正是用户担忧的地方。

无论如何，社交巨头“Facebook”正逐步扩大其版图，从原先的电脑网络延伸至移动平台，10 亿美元对“Facebook”而言不算多，仅仅是其估值的百分之一，但对于一个仅有十多位员工的公司而言，这是一个充分的肯定，也正是数以千计的硅谷创业者所梦想的，终有一天自己创立的小公司能够获得大企业的青睐。

社交行业的发展是我们用语言难以解答的，因为社交行业的发展速度很快，也许今天它还是一个孤独的个体，明天就已经演变成一个全是辅助体的产物。

由于发展的速度快，所以想要统领这个社交网络，扎克伯格就必须拥有比别人长远的眼光。

一个有强烈企图心的人，他可以克服一切困难，面对所有的挑战而不放弃；一个只是想要成功的人，当他面临一点点挫折的时候，他

马克·扎克伯格成功法则

可能会退缩，也有可能放弃，导致他没有办法成功，导致他一辈子注定失败。

每一个成功的人士，对他真正想要做的事情都是非常渴望的，而且是热切的渴望，一定要拥有它。

“Facebook”在2012年4月宣布将以10亿美元现金加股票方式收购美国照片分享公司“Instagram”。这是目前为止“Facebook”规模最大的一桩并购，也是移动互联网有史以来最大一宗并购。

“Instagram”是一款流行的手机图片社交应用，被视为是“图片版的推特”。2010年，它由斯坦福大学两位毕业生创办于硅谷，至被“Facebook”收购，该公司仅有13名员工。

但是，当推特（Twitter）引入了“Instagram”这个间接图片分享平台后，它便像获得了一个全新的生命一般，在不断的更新过程中，也让它收获了一批重要的追随者。

人们开始习惯每天用“Instagram”分享自己的工作、生活、休闲、娱乐，甚至吃个饭都恨不得通知整个世界。在互相赞彼此照片的同时，也让关系逐步拉近。

可以肯定的是，有了推特（Twitter）的前车之鉴，扎克伯格收购“Instagram”这个公司一定不是偶然。

这件在网络界引起轰动的事情被业界认为是移动互联网造富的一个最典型故事，并被广泛认为可能提振当前的移动互联网全新的创业氛围。“早上看到这个新闻，我们还是蛮吃惊的。“Instagram”一直宣称希望独立发展，在外界总是展现出能够与“Facebook”抗衡的一面，没想到这么快就选择被收购。”图钉副总经理杨剑凌惊叹。

图钉是国内类似“Instagram”的最大软件之一，目前约有100

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

名员工，公司的基础也相对较强。而且，在不久前，图钉刚被新浪收购并控股。上海另一家类似“Instagram”公司维达（Vida）联合创始人张磊则表示，美国移动互联网社交公司的用户通常按一个人 20 美元价格估值，10 亿美元收购价比人们预想的高出很多。

“但此前，‘Instagram’仅在苹果 IOS 系统就获得 2000 多万用户，安卓版本刚上线，可以预计的是，安卓用户数也会迅速增长，因此这一出价也在合理之中。”张磊说。

这个在业内被称不低的收购价，到底对于扎克伯格来说合适吗？

对于“Facebook”来说，如今它稀缺的是媒介工具，并不是将两个陌生人随便放在一起，他们就能成为朋友的。事实上，扎克伯格的决策恰恰就弥补了这个空缺。在社交网站中，任何一个媒介产物都是一笔宝贵的财富。

而且，通过这个媒介网站，“Facebook”的访客也在逐步增加。据有关消息称，“Facebook”目前正处于亏损阶段，而在这个时候选择收购媒介公司，也算是一个翻身的计划。

“Instagram”刚走红时，国内就冒出数十家类似软件。一位考察过此类公司的风投人士总结：国内类“Instagram”公司已经历尝试、大规模创业者进入、资本进场、巨头进入（腾讯也在）、烧钱发展、沉淀、转型甚至关闭的波峰至波谷过程。

“推特迟迟不推图片分享功能，给了‘Instagram’空窗期。”该投资人认为，但中国新浪微博的图片功能受到广大用户欢迎，已经解决人们 70% 的图片分享需求：“因此，实际上留给其他图片分享应用的空间已经较小。”

不过，后来大家发现，推特、“Facebook”和“Instagram”似

马克·扎克伯格成功法则

乎在一夜之间结成了联盟，这三者中，你拥有其中一个，就会同时拥有其余两个。

国内类似“Instagram”应用多选择发展成小众社交平台。用户规模上，应用都还很很小，如图钉应用在 500 万左右，活跃用户约 10%，维达 (Vida) 用户数不到 100 万，活跃用户也约为 10%。

目前用户群以“文艺青年”为主，中美用户情况差别不大，这些人不喜欢花哨和搞怪的滤镜，而强调照片的文艺和美感，而影响类“Instagram”应用发展的最大原因是国内昂贵的手机流量费。而反观“Instagram”用户最多的几个国家，如美国和日本都是 3G 网络高度发达的地方，才能形成了庞大的用户群体。

如果问为什么扎克伯格没有选择与那些大公司合作，而是选择了这样一个小公司，事实上，这也许和人情有着直接的关系。

首先，这两家公司的 CEO 年纪相仿，而且经历类似。所以，在面对这样一家处于襁褓中的公司时，扎克伯格也会从中看到自己的影子。

再者说，这个公司有 13 名员工，这就好像一个初生的孩子，想要将其进行部分整改，做起来也会相对容易一些。

“Facebook”之所以要和“Instagram”建立合作关系，还有个原因就是实力。众所周知，“Instagram”现在已经用在了推特图片分享上，很多名人都将自己拍摄的照片通过“Instagram”分享到推特上面，而且推特和“Facebook”又有部分联系，在这个情况下，“Instagram”的确更加适合“Facebook”发展。

近年来，中国的开发公司在创立后都不断进行更新改革，我们熟知的腾讯网推出了微信这个手机软件，这个软件解决了一部分人的社交需求，不久后，腾讯又在这基础上增添了名片分享功能，也正是因

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

为名片分享功能的推出，“Facebook”对社交媒介这件事也重视了起来。

“Facebook”的强大不代表重视商务人群的领英（Linkedin）没有空间。他希望能将打造成商务人群的手机社交平台，而不是像微信那样用户较庞杂。

这意味，像腾讯、新浪这样的巨头很难在一款应用中捆绑大量复杂功能，将给其他中小创业者在垂直领域留下空间。

被大公司并购，是许多移动互联网小创业团队较理想的退出渠道。此前美国手机游戏公司“Ngmoco”被日本手机社交巨头“DeNA”以4亿美金高价收购也曾让创业者们激动不已。面对微信带来的威胁，小型公司只能为自己另谋出路。所以“Facebook”在这个时候用高价钱收购了这家公司，也是在为公司的以后作准备。

“Facebook”并不一定要成为网络中的巨头企业，它只要用心在社交行业中做出成绩就好了。

所以，“Facebook”和“Instagram”的合作是势在必行的。

【成功法则】

如何选择合作伙伴？

第一，找到企业缺口，再找一个能够填补缺口的企业合作。

在社交行业中，缺口就是衔接链，所以，“Facebook”寻找合作伙伴也是势在必行的。“Facebook”在寻找中间的衔接链时，是从内在和外在两方面进行了透彻的分析。有些人觉得用如此高的价钱收购一个只有13人的小公司简直就是疯了。但事实上，扎克伯格为了长远的发展，还是走了一步险棋。谁都清楚，投资就是决定成败的关键

马克·扎克伯格成功法则

时刻。扎克伯格选择投资这家公司，一定是有道理的。

中国有句话“便宜没好货”。事实上，扎克伯格就是要给“Instagram”创造出一份贵重的财富。这样，日后合作起来，“Instagram”的身价也会被提升不少。

第二， 寻找最公平的合作路线。

和什么样的人合作最好呢？首先是要有共同志向的，扎克伯格和“Instagram”的创办人不仅年龄相仿，爱好甚至都有些相似。

在早些年，“Instagram”曾经扬言永不会被其他公司合并。这就好像当初的扎克伯格拒绝微软高层一样，他们的思维方式，几乎没什么两样。这样的合作方式，更加会让双方觉得舒服。

第三，从竞争对手的角度转型，这才能成为合作伙伴。

让两个相互没有关联的企业成为合作伙伴，事实上并不是一个最好的策略。一个企业想要和另一个企业合作，最好是选择自己的竞争对手，因为，往往竞争对手才是最了解你的。

<< 第五章

“Facebook” 进入稳定期，扎克伯格在做什么

第三节 进行全球化发展

而对于“Facebook”来说，参与度就好比是一个点睛之笔，如果你不落下这一笔，是永远无法成功的。

在“Facebook”的发展史上，我们不得不谈谈它的国际化走向，从“Facebook”面向世界的那一天，扎克伯格就为它准备了无数个外表。

可以说，扎克伯格给“Facebook”灌输了一个多血统的成长，让“Facebook”能在每个国家都同样受欢迎。

2008年，“Facebook”不再在少数几个欧洲语言版本的网站上浪费时间，而是一口气推出了22个新语言版本的网站，中文也位列其中。

“Facebook”将依赖于志愿者帮助其将网站翻译成非英语语言，这一战略借鉴了维基百科的创意。“Facebook”即将发布翻译应用，允许独立软件开发者将“Facebook”程序翻译成非英语语言。用户加入“Facebook”的翻译应用后，就可以一边浏览网站，一边在线提交翻译结果。最后，“Facebook”用户将就所有翻译结果进行投票表决。

按照活跃用户总数计算，除美国之外，英国排在第二位，共有800万名活跃用户；加拿大排在第三位，共有700万名活跃用户；土

马克·扎克伯格成功法则

耳其排在第四位，随后依次是澳大利亚、法国和瑞典。

“Facebook”的中国用户收到了该网站的一条信息，邀请他们协助“Facebook”将网站各版面多达数万行的条款翻译成中文。不过关注中国网络文化的观察人士认为，对于“Facebook”来说，翻译问题只是其进军中国可能遇到的最微不足道的困难，真正的挑战还在于如何与已经取得良好成绩的本地竞争者做斗争。

然而，想要进军中国市场，扎克伯格可谓是煞费苦心。先不说他有个华裔血统的女朋友，单说他每天努力学习中文就可以看出，中国是扎克伯格最为重视的一个国家。

可我国对“Facebook”可就并没有那么友好了，众所周知，在国内，想要浏览“Facebook”网站是绝对不可能的。

但即便是这样，扎克伯格也没有放弃要进军中国市场的想法，他甚至还不惜亲自到中国来考察，并且不断进行努力。

通过扎克伯格的努力以及“Facebook”的社会影响力，想必打开中国市场也是指日可待的。

虽然“Facebook”没有发展到中国，可是我们已经看到了很多用来替代“Facebook”的网站。这些网站做着与“Facebook”同样的内容，但是却未曾超过“Facebook”。

说起模仿，在国内我们最常用的社交网站就是人人网和QQ校友了。这两个网站可以说是最接近“Facebook”的校园网，很多学校的学生都在这个网站上进行互动。

一个校园网时代逐渐拉开了序幕。

有人将人人网和“Facebook”放在同一个角度进行评价，事实证明，想要超过“Facebook”，人人网还太嫩了。

＜＜第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

扎克伯格表示，他从不怕别人的模仿，他会将那些模仿网站无视，或者视为竞争对手。这是一个很好的现象，因为这个大男孩此时最需要的就是竞争对手。

在生活中，很多人经常会遭到别人的模仿，有时候这是一件好事，有时候是一件坏事，但我们都知道，即便是模仿得再像，也终究不会成为原版。

人人网在提交给“SEC”的首次公开招股说明书中，透露了公司所处行业的背景及公司面临的风险和不确定性。在风险因素中，人人网提到已经面临和可能继续面临知识产权侵权指控，并可能成为“Facebook”等社交网站（Social Network Site，以下简称 SNS）平台专利诉讼的目标。

这其中的主要因素就是，这个国内的网站和 Facebook 实在是太像了，也可以说，这就是“Facebook”的一个新形态。

众多的人习惯去关注“Facebook”，因为“Facebook”联通了世界。它几乎将全世界所有拥有网络的地区人口都联系到一起，并且进行有效的互动，这是一般社交网站无法做到的。

“Facebook”之所以能将范围扩充得如此之大，也有一部分原因是“明星效应”。扎克伯格先将全世界的明星都放在这一个圈子中，然后再让粉丝进行大规模搜捕，有了明星的加盟，“Facebook”的访客量也有了更强大的提升。

就像现在的微博一样，明星效应在其中展现了很强大的作用。也让越来越多的人加入了这个大家庭中，大家靠着相互品评照片、投票等内容磨合关系，也因为“Facebook”的出现，越来越多的人找到了自己的爱好。

马克·扎克伯格成功法则

中国社交网络的流行是受大量可寻址用户群和多平台、多设备互联网接入的日益普及推动。中国是全球最大的互联网市场，移动用户也是最多的，并预计继续快速增长。

互联网数据中心（Internet Date Center 以下简称 IDC）在 2010 年 7 月发布的报告称，截至 2009 年底，中国互联网用户和移动互联网用户超过了美国。根据中国工信部在 2011 年 1 月发布的数据，截至 2010 年底，中国有 4.57 亿互联网用户和 8.59 亿移动用户，通过移动设备访问互联网的用户达 3.03 亿。

移动互联网的迅速普及推动了社交网络向移动设备转移。根据中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center 以下简称 CNNIC）2011 报告，2010 年中国移动用户有 36.6% 访问社交网络。随着用户可在任何地点访问社交网络，这个比例还将上升。移动技术也将为新服务和新应用，如基于位置服务的开发带来机会。

中国社交网站可能在与国际竞争者进入中国时有一定的优势，因为这些公司目前可能缺乏运营基础设施和内容本地化体验。不过人人网无法保证，这种优势是否能持续保持，特别是如果国际竞争者如“Facebook”与国内公司合作或者收购国内公司。

2012 年 4 月，“Facebook”宣布，将以 10 亿美元的现金和股票收购照片共享应用服务商“Instagram”公司。

外界的看法是，扎克伯格又在为扩展业务做努力，但是，明眼人却看出，这绝对不是传言的那回事。

扎克伯格曾经多次表明要打开中国市场，虽然只是饱含期望的说法，但事实上，“Facebook”收购“Instagram”的时候就已经开始

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

执行了。

这个“Facebook”青睐的网站，事实上只有十余名员工。

值得一提的是，“Facebook”尚未进入中国，可“Instagram”却已捷足先登。“Instagram”2012年3月1日加入了新浪微博分享功能，目前绑定用户超过5万。

这就代表着，“Facebook”和“Instagram”也会像“Instagram”和新浪微博一样成为彼此密不可分的一部分。有了这样的前期铺垫，扎克伯格想要成功打进中国市场，也就指日可待了。如今，扎克伯格并不是害怕别人的模仿，他甚至有些庆幸，只要这些网站继续模仿“Facebook”，他就有强大的气场来给“Facebook”更新换代。

要成功打开中国市场，就要采取行动。

对于“Facebook”和“MySpace”这样的美国大公司而言，虽然没有什么大风大浪的阻隔，但如何赚钱还是个大难题。说得简单些就是，怎么能让大家的社交付费呢？但是腾讯在很久之前就已经解决了这个问题：它实现了让大部分用户为其服务支付。已经年满11岁的腾讯公司依靠腾讯QQ统治中国即时通信市场，同时它还是中国最大的门户网站，涵盖游戏和社交网络服务。腾讯QQ的服务已经成为数以百万计的中国网民不可或缺的基本服务。

对于赚钱这件事来说，扎克伯格远不如马化腾，腾讯的用户可以支付的服务有聊天、音乐、游戏、虚拟形象、虚拟服饰、虚拟发型乃至网站背景，当然还包括在线花园和宠物。每个人支付的数额非常微小，往往不到1美元，但是这些小的支付加起来就造就了亚洲最有利可图、发展最快的互联网公司：腾讯11亿美元的收入带来4.09亿美元的净利润。2009年上半年净利润达3.3亿美元，收入达7.88亿美元。

马克·扎克伯格成功法则

按照这个速度计算，腾讯明年的利润将超过10亿美元。腾讯在《福布斯》杂志评出的亚太地区最具长期收益力的50家企业中亮相，即亚太最佳上市公司50强（简称Fabulous 50），或许没有一家的业绩和前景有如腾讯般瞩目。

腾讯是怎么开启付费时代的呢？首先，腾讯通过其最流行的免费的即时通信服务发展了第一批用户。腾讯37岁的创始人兼首席执行官马化腾早于其他公司通过免费的聊天工具建立起坚实的用户基础。腾讯QQ最终成为中国最广为应用的即时通信平台，拥有4.5亿活跃账户，几乎统治了青少年、大学生和二十来岁人群用户市场。QQ已经成为在线聊天的代名词，如同谷歌已经在英语中成为一个动词。

现在腾讯开始利用用户基础和品牌知名度创造令人艳羡的利润，对于所有的互联网公司，腾讯开始展现惊人的赚钱能力。从拍卖网站到网络支付平台，腾讯依靠其坚实的用户基础迅速进入各个领域，并成为一个可怕的竞争对手。

腾讯的影响力在虚拟商品市场得到了丰厚的回报，在免费服务的基础上用户为增值服务支付了金钱，包括游戏、聊天和社交网络。腾讯2011年超过90%的收入来自增值服务，包括手机服务。为了帮助用户购买这些增值服务，腾讯还特别发明了一种虚拟货币，这种货币目前已经成为中国虚拟经济不可或缺的一分子。

现在这只“现金牛”又开始在网游行业展开拳脚，因为网游业务的发展，2011年腾讯收入增加了两倍，使该公司迅速晋升为中国第三大网游公司。腾讯用户可以免费玩游戏，也可以花钱购买更好的武器、工具、衣服和配件。网游赚钱的模式同之前的赚钱模式相同，即免费使用—支付更好服务。尽管大部分用户是免费用户，但有分析人

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

士指出，腾讯 10% 的活跃用户已经相当于为这部分免费用户每个月支付了 2 美元。

不过有分析人士认为，腾讯进入了太多的在线市场，以至于显得该公司缺乏重点。不过腾讯的进入反而有利于刺激竞争对手抓紧创新。对于大部分美国社交网站而言，互联网广告是其核心收入来源。不少人开玩笑说，也许“Facebook”的创始人马克·扎克伯格可以和马化腾聊聊如何赚钱吧！在这个玩笑说出去没过多久，扎克伯格就真的向对手请教了这样的问题。

由此可见，扎克伯格是一个不拘小节又没什么心机的人。向对手讨教赚钱方法，在很多人眼里，这一定是脑子不好的表现，但对于扎克伯格来说，这只能称为他怪主意中的一个。

有些事情是不能举一反三的。比如微软为向谷歌叫板推出的搜索引擎必应（Bing），为了开拓中国市场，总部给它起了个中国名字叫“必应”。但现在很多人把“必应”读成了“病”，“今天你病了没有”成了一句带有玩笑色彩的问候语。谁让微软对中国文化似懂非懂呢，“Bing”在汉语拼音里，不是“病”是什么？！

同样有意思的是，“Facebook”在中国遭到重创，死得不明不白。仔细想来，有这样的命运也是理所应当，“Facebook”怎么读怎么像“非死不可”，在中国走进了死胡同又有什么不可以理解的呢？

【成功法则】

在众多网络行业的模仿对象中，“Facebook”是我们最经常看到的一个，由于“Facebook”的成功，互联网世界也崛起了不少类似的社交网站。这些网站在各个国家、地区盛行，即便是有一定的访问量，

马克·扎克伯格成功法则

也没有办法超过“Facebook”的强大气场。

在这个经常被模仿的世界里，“Facebook”就好像一个富有个性的成熟人士在俯视着那些年轻人。

用一个好心态接受别人的模仿

很多创业人士，在看到自己公司旁边开起一个同行公司总是会觉得仿佛创业之路走到了尽头。其实，有人跟风并不是一件坏事。

往往在我们有了自己事业的时候，总是担心别人会借鉴了自己的想法，但事实上，我们在创业之路上，缺少的是一面镜子。人只有超越自己才算是真正的强大，建立一个公司也是一样的。也许经常会被别人模仿，但是只要将对方看成另一个层面的自己，就一定能够有所收获。

在看对方的时候，如果你要从对方的发展上看出有什么地方是你需要改进的，在检讨了自身的不足后，再着手进行整改，这样，你就会拥有比对手强大的能力。

但是，你要记住，可以被别人模仿，却不要被人超越。

第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

第四节 “Facebook”做得最大，创收能力却并不是最好

从对大众、媒体和好莱坞的吸引力来看，“LinkedIn”（领英）称不上硅谷宠儿。它的创立较为“单纯”，毫无戏剧性或者阴谋可言；它的规模也只是“Facebook”的六分之一，增长速度也慢得多；而且它的 CEO 是 40 多岁的中年人，而不是 20 多岁的小伙子。

然而，“LinkedIn”股票在 IPO 之后的表现突显了它的价值，尽管它的名气并不出众。目前，该公司的股价为其 IPO 发行价的两倍，而“Facebook”当前的股价仅为其 IPO 发行价的 52%。同为社交网络，为什么这两家公司 IPO 之后的表现会截然不同呢？

这个问题的答案说明了“Facebook”与“LinkedIn”之间的一些重要区别以及华尔街（而非硅谷）对它们的理解。

“Facebook”不仅仅是一家企业，它是一个划时代的社交、技术和文化现象，彻底且永久地改变了社交互动的格局。事实上，在电影《社交网络》上映和“Facebook”首次公开募股之前，没有人会觉得“Facebook”是一家销售产品或服务的公司。以往在人们的眼中，

马克·扎克伯格成功法则

“Facebook”是能够免费使用、委托社交身份的一个实用工具。

然而，现在“Facebook”已经是一家上市公司，需要与“LinkedIn”等企业争夺投资者的资金。同为社交网络的“LinkedIn”虽然没有那么让人兴奋，但它的表现却总能让投资者满意。

在华尔街，谋利意味着一切。在赚钱方面，“LinkedIn”显然比“Facebook”做得好得多。用户在“LinkedIn”网站上每逗留一小时，它就能进账 1.3 美元，而“Facebook”在这方面的收入仅为 6.2 美分。

“LinkedIn”用户黏性和规模远远不及“Facebook”，但为什么它的创收能力却要强得多呢？

职业 VS 社交

答案似乎能从两家平台的信息本质当中找到。当它们的数据形成巨大的规模，且与真实身份配对的时候，它们能够轻易地透过多种方式从中变现。不过职业数据包含重要特性，这使得华尔街认为它比社交数据更具价值。

以下是职业数据比社交数据更具价值的原因：

1. 时效性

我们的职业生活变化速度与我们的社交生活不一样。很多用户只有在更换工作时才会回到“LinkedIn”网站去更新他们的主页，不过“LinkedIn”拥有的用户职业生活信息相对比较新。相比之下，“Facebook”需要你时不时更新自己不断变化的社交信息，这样数据才能维持对目标广告主的价值。

＜＜ 第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

2. 真实性

在社交网络上，人们会施展各种创意展现自我。在职业网络上人们也许也会这么做，但他们在“LinkedIn”提供的信息要真实得多，他们不会在自己的主页说自己是美国总统。而在“Facebook”，阐明事实显然没有玩乐和打动朋友来得重要。但对广告主来说，真正反映消费者身份和偏好的真实信息才能更容易变现。

3. 规范化

职业信息能定义一个人的东西要远远少于社交信息。人们的“Facebook”主页则比较复杂，涵盖各种各样的信息，如想法、兴趣、上传的图片、到过的地方等方面的信息，而且这些信息随着人们的品位和生活的变化而不断变化。然而，在职业领域，定义一个人的则是规范得多的一套标准：住址、年龄、工作单位、职位、学校、专业以及平均成绩点数（简称 GPA）。对于招聘人员来说，这种数据更易理解和利用，而且它不会有市场改变。这也是职业数据更具价值、更容易变现的原因。

简而言之，如果用户停止更新他们的“Facebook”主页，那再过三到五年对广告主而言“Facebook”将几无价值可言。相反，“LinkedIn”仍会是世界上最大的职业数据和简历数据库。

4. 企业支出 VS 消费者支出

主要面向消费者的业务模式会面临诸多难题，取得稳定的收入绝非易事。首先，会有规模调整和发行上的挑战，然后是快速创新和竞

马克·扎克伯格成功法则

争加剧问题，更不用说消费者本身不可预测的支出习惯。还记得奈飞公司(Netflix)大幅度提高其服务价格的后果吗？用户感到非常不满，因而抵制使用“Netflix”服务的用户直线攀升。

“SAP”（企业管理解决方案公司）和甲骨文公司每年都会稳步提高向对其服务颇具依赖性的企业客户的收费，但它们因此而流失的客户却少之又少。

当企业发现一个有效的解决方案时，它们就会采用它、整合它，并将其纳入预算当中，放弃使用的可能性会很低。产品服务的广泛普及可能要花费数年的时间，甚至是几十年，但这一点一旦做到，它们就会带来源源不断的收入。

尽管“LinkedIn”会从高级订阅服务和面向消费者的广告创收，但实质上它是一家面向企业市场的公司。它主要高价出售其主要的企业招聘解决方案，还销售其他很多面向企业的产品。

华尔街很可能认为长期的企业合同收入要比面向消费者的收入来源值钱好几倍。

不管是向用户投放产品或服务广告，还是将这类广告插入游戏，“Facebook”赚钱的途径只有一种：促进消费者的支出。这通常意味着变现之路会出现更多的起伏。

可以说，如果“Facebook”能够引用“LinkedIn”这种更加完整的创收方式，“Facebook”的创收能力会提升一个档次。

可是，毕竟“Facebook”是一个社交网站，它必须要保持客户的流量，并且不断增加新鲜感才能挽留住那些已经腻了的客户。所以，在此条件下，“Facebook”还是应该稳步前行，不能做过大的改革。

因为只有行动才会产生结果，要成功就要知道成功的人都采取什

◀ 第五章 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

么样的行动。

有非常多的人这么说：“成功开始于想法。”但是，只有要成功的想法，却没有付出行动，还是不可能成功。

你必须研究成功者每一天都在做些什么，他们到底做了哪些跟你不一样的事情，假如你可以如法炮制他们的行为，那么，你一定会成功。

一个业务员要成功，必须拜访非常多的客户，如果他不知道顶尖的业务员一天拜访多少个客户，那么他根本就没有成功的机会；如果他无法付出顶尖业务员所做的行动，他就无法达成更高的绩效。

成功的人永远比一般人做得更多，当一般人放弃的时候，他们还在寻找下一个顾客，当顾客拒绝的时候，他再一次问：“你到底要不要买？”当顾客还不买的时候，他还问：“你为什么不买？”

他们总是在寻找如何自我改进的方法以及顾客不买的原因，他们永远在不断地改善自己的行为、态度、举止和风格，他们总是希望知道人们为什么跟这个人购买，为什么不跟那个人购买？他们总是希望自己更有活力，产生更大的行动力。

相比之下，一个人每天吃饭吃太多了，睡觉睡太多了，不做运动，不学习，不成长，却每天都在抱怨一些负面的事情，他们哪来的行动力？

记住！永远是你采取了多少行动才让你更成功，而不是你知道了多少。

所有的知识必须化为行动，因为只有行动才有力量。

不管你现在决定要做什么，不管你现在设定了多少目标，请你一定要立刻行动。

一般人习惯于他们自己所做的事情，因此，他看不见框框以外的世界。

马克·扎克伯格成功法则

你永远看不见自己思考的盲点，只有别人的眼光才能告诉你什么地方需要改进。

一个人要成功，需要不断历练，需要经过不断地学习。然而，最快的方法就是向一些成功者请教，请他们给你一些意见，请他们给你一些回馈，请他们告诉你做对了什么，做错了什么，让他们用自己的智慧和经验指导你，这样的话，比你看任何书籍都来得有效。

大部分企业都会聘请一些顾问，这些顾问多半不是本公司人员出身，而是外聘而来，不是因为外来的和尚会念经，而是因为他们可以从不同的角度来看事情。

一般人习惯于他们自己所做的事情，因此，他看不见框框以外的世界，如果有一位非常智慧的长者，或是非常成功的人士愿意帮助你，或是你去寻求他们的意见，就可以节省你非常多的时间。

因为，你永远看不见自己的思考盲点，只有别人的眼光才能告诉你什么地方需要改进。

当你开始改进的时候，下一步工作就是立即执行。在产生了一些不错的资产之后，再去请教成功人士：“我到底还有什么地方需要改进？”这样的话，你的成长速度一定会比别人快很多。

这也是一些成功者为什么会成功的最主要原因，也是他们时常使用的方法，你不妨今天就试试看，我相信，一定会对你有非常非常大的帮助。

虽然，你无法控制这件事情，但你完全可以改变做这些事时的心情。

所有的事情之所以会有思考的瓶颈，是因为你原来的目的没有想清楚，对自己所做事物的宗旨没有了解。

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

也许有的时候，你无法控制自己要做的事情，因为可能是别人要求你做的。虽然，你无法控制这件事情，但你完全可以改变做这些事时的心情。

做一件事，你可以高高兴兴、快快乐乐地去做，也可以很痛苦地去做。你可以选择快乐，因为所有的事情之所以会有思考的瓶颈，是因为你原来的目的没有想清楚，对自己所做事物的宗旨没有了解。

很多业务员害怕被拒绝，因为他满脑子想着要卖产品，顾客一旦拒绝，他就会有一种很大的挫折感。

如果人的推销宗旨、理念是：“提供给顾客最好的服务，帮助顾客解决他们的问题。”以这样的想法来做事情，任何事情都会非常简单。

例如，你需要拜访非常多的顾客，你可以借口说因为下雨不要去了，也可以说因为要去建立新的人际关系，交新朋友，要去分享自己的喜悦，分享他们的喜悦，即使下雨也要去。

如果你有这样的想法，做每一件事情都会非常愉快，而且一定会非常成功。

【成功法则】

企业软件并不引人注目，不能吸引在消费行业看到的那种创新和革新。作为一家面向企业的公司，“取得大爆发”或者“获得病毒式传播”并非易事，能提供的电影素材也相当有限。但它更加可靠，更容易变现，能够提供持续稳定的投资回报。

“LinkedIn”和“Facebook”作为上市公司的表现对比使得人们密切关注这个领域，因此“LinkedIn”的成功并没什么奥秘可言。社

马克·扎克伯格成功法则

交网络和职业网络之间的差别，意味着它们的业务有根本性的区别，而且处于不同的变现阶段。

这也许不是好莱坞或者硅谷感兴趣的地方，但它确实能够吸引华尔街的注意。

<< 第五章

“Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

第五节 “Facebook”的前辈何时复兴

“过去十年间，微软这家堪称全世界财力最雄厚的软件巨人，几乎没有拿出什么像样的创新产品。它错过了搜索、智能手机、电子书、平板电脑和社交网络(SNS)这些大生意，坐视四大劲敌——谷歌、苹果、亚马逊和‘Facebook’的崛起或重生。其实微软曾无数次尝试过转型，只不过都毁于一旦。”

微软能否打翻身仗，就看今年了。2012年，微软将刷新其几乎整条产品线，重新吹响“集结号”。

2012年6月到7月，微软召开了三场重量级发布会，连续发布了平板电脑“Surface”、新一代手机操作系统“Windows Phone 8”（简称WP8）和新一代“Office”办公软件。

微软还于10月发布桌面操作系统“Windows 8”（简称Win8）。“Win8”是一款旨在打通平板电脑和PC的操作系统(OS)，这意味着微软能将PC的新功能和应用很快移植到平板电脑和手机上去，赋予它们强大的办公能力。这是目前苹果和谷歌还未实现的令人激动的技术进步。

马克·扎克伯格成功法则

“WP8”和“Win8”，被业界视为微软自20世纪90年代的“Windows 3.0”以来最重要的产品发布，也是微软反击宿敌苹果的新武器。

凭借着经久不衰的“Windows”和“Office”这两台提款机，微软依然财源滚滚。2012财年（截至2012年6月底），微软营收为737.23亿美元，净利润169.78亿美元，依然保持着对劲敌谷歌（Google）的领先优势——2011年谷歌营业收入379.05亿美元，净利润97亿美元。

但在2012年7月20日，微软公布的2012财年第四财季财报，爆出了自1986年上市以来的首次季度亏损——净亏损4.92亿美元。这是在为5年前的一桩鲁莽的收购埋单——本季度减记支出收购数字广告公司“aQuantive”相关的62亿美元。

在人们的眼中，微软已成“明日黄花”。资本市场上，微软的市值与谷歌相差无几，而苹果则已超过微软两倍。2012年7月初，《名利场》杂志特约编辑库尔特·艾肯沃尔德撰文称，过去的十年对微软来说是“失落的十年”，引发业界热议。

不管原因为何，过去十年间这家堪称全世界财力最雄厚的软件巨人，的确几乎没有拿出什么像样的创新产品（除了游戏机Xbox）。它错过了搜索、智能手机、电子书、平板电脑和社交网络（简称SNS）这些大生意，坐视四大劲敌——谷歌、苹果、亚马逊和“Facebook”的崛起或重生。其实这些技术或产品中的绝大多数，微软都曾经尝试过，但均未有结果。

其实早在20世纪90年代末，手握数百亿美元现金的微软就曾开始向互联网转型。微软创始人比尔·盖茨1995年发表了著名的演讲——“你指尖的信息”，提出互联网将会兴起，人们可通过网络实

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

现图片分享、地图导航、电子支付等功能。

1995年微软成立了互联网部门MSN，几年中通过收购或合作推出了一系列互联网服务。五年后，微软提出Net战略，又推出“Passport”认证服务，旨在将微软所开发的各种软件与互联网紧密结合起来，实现从一家软件公司向服务公司的转变。

但在进入21世纪初的短短几年中，微软出售、中止或砍掉了上述所有项目。其客观原因是由于“9·11”事件后，网络泡沫破灭，而美国司法部对于微软的反垄断审查差点使微软被分拆，微软决定收缩战线；主观原因在于，当时的微软不知道如何从互联网中赚钱，早期的MSN也一直亏损。

直到2004年谷歌上市，互联网市场回暖，微软才意识到当初的撤离是个错误的决定，2005年3月，微软通过收购“Groove”公司，将其创始人、路特斯（Lotus）之父雷·奥兹（Ray Ozzie）招至麾下，期望他帮助微软实现向互联网的转型。

奥兹随后继任了盖茨留下的首席软件架构师（CSA）一职，他将微软的门户、电子邮件、搜索、地图等所有互联网服务集中于“Windows Live”的统一品牌下，试图打造“软件+服务”的互联网商业模式，并搭建了“Azure”云计算服务平台。

但互联网大战实际是一场“入口”之争，微软一开始认为浏览器是互联网的入口，冒天下之大不韪地在“Windows”上捆绑IE浏览器，打垮了著名的网景公司。

随后，它以为门户网站是战略要地，眼里的对手是当时鼎盛的雅虎。因此微软早期的互联网战略以门户网站“MSN”为中心，搜索引擎只是它的一项服务。对于搜索与广告之间的商业模式，微软毫无敏

马克·扎克伯格成功法则

感。到 2007 年 3 月，微软才把搜索和网络广告部门合二为一，之前它们分属于两个不同的事业部。

据《浪潮之巅》一书记载，直到 2004 年谷歌上市前，比尔·盖茨还认为“Linux”开源社区是微软的主要对手，而谷歌只需一两个部门就能对付。

直到谷歌的“AdWords”关键词竞价开启了网络广告的金矿，微软才明白搜索引擎是互联网的真正入口，而且是一台永不停歇的“自动印钞机”。它重新砸下数十亿美金，打造新搜索引擎。

但为时已晚，接下来的故事是高速增长的谷歌把战火烧到了微软的后院。顶尖的技术人才纷纷从微软流向谷歌，后者以挑战者的姿态不断推出创新产品，这些产品既涵盖和微软正面叫板的浏览器、桌面、在线办公软件、邮箱、IM（即时通讯）等，也包括地图、云计算、手机 OS 等引领创新的业务。

2007 年对微软来说是其命运转折点。这一年，微软连续遭遇重大挫折，首先是其“七年磨一剑”推出的新一代操作系统“Vista”，成为其历史上市场表现最惨淡的一款操作系统。其次是华硕在这一年推出上网本，并大获成功。这意味着，微软持续 20 年以操作系统拉动 PC 硬件升级的过程，因为 PC 性能相对于用户需求的阶段性过剩，而放缓了。

同样在这一年，微软两个最可怕的对对手苹果和谷歌分别出手。2007 年 6 月份苹果推出第一代“iPhone”；9 月份谷歌发布了安卓 1.0。这两件事中止了微软在移动通信领域的既定步伐，迫使它推倒重来、另起炉灶。

“看到‘iPhone’后，我们确实震撼了。”曾任微软亚洲工程院

《第五章》 “Facebook”进入稳定期，扎克伯格在做什么

嵌入式部门工程师的马宁回忆说，“当时的感觉是，之前大家都在‘智能手机等于PC加手机’的思路走了多年，发现走不通，不知道该怎么办，而乔布斯给我们指了条明路。”

此前，微软的“Windows Mobile”（简称WM）已经成为市场主流操作系统，并将行业标准的树立者“Palm”公司拉下马来。但谷歌免费的安卓系统推出后，微软不得不中止了“Windows Mobile”系统，撤换了其移动娱乐事业部（MEB）总裁罗宾·巴克（他也是微软“Xbox”和“Zune”项目的负责人，还主持过电子书项目）。

4年之后，微软推出了全新的“WP7”。但市场时机已过，2011年微软“WP”相关授权收入不超过6.1亿美元，业内估计“WP”智能手机销量仅350万部。

而微软的在线业务至今并无起色。2011财年微软在线服务部门的收入仅为25.1亿美元，亏损25.6亿美元，亏损额加大9%。2012财年因为减记收购支出，亏损更多。而2011年，谷歌的广告收入达到惊人的360亿美元，且还在高速增长。

【成功法则】

2011年“WP7”推出之前，有报道称微软内部有7个移动操作系统，但实际上据他“掰着手指头数”，共有11个，“不仅是移动部门做，其他部门只要跟移动设备相关都在做”。

这与微软纵向的组织管理架构有关。2005年加入微软的微软中国前高管周凯告诉《南方周末》记者，当时微软中国虽下辖七个业务部门，但各部门负责人都直接将工作汇报给微软总部的老板，时任微软中国

马克·扎克伯格成功法则

总裁李开复及其继任者张亚勤对业务部门“既没有财权，也没有人（事任免）权”，实际上只掌管着一个呼叫中心和一些项目基金，七个部门的成本也“可以相差好几倍”。

在 2005 年盖茨退休之前，微软内部有一个专门搜集项目创意的网站，盖茨亲自从中筛选有潜质的新项目，而鲍尔默则负责从成本控制和团队绩效的角度“毙”项目，两人之间能形成一种动态平衡。而盖茨退休之后，公司内没有人能与鲍尔默抗衡，占微软营业收入和利润 80% 以上的“Windows”和“Office”两大部门代表的保守势力得到了空前加强。

直觉做出的决定不一定全部是正确的。但是，人们之所以依赖直觉，完全是因为自身的自信。

第六章 扎克伯格的两个偶像

像所有成功人士一样，扎克伯格也总是被人拿出来比较，人们也都认为这个少年的成功，并不是偶然的，而是必然的，从他出现在大家眼前的时候就注定会成为一 个传奇。

马克·扎克伯格成功法则

第一节 扎克伯格与盖茨

像所有成功人士一样，扎克伯格也总是被人拿出来比较，人们也都认为这个少年的成功，并不是偶然的，而是必然的，就像比尔·盖茨一样，从他们出现在大家眼前的时候就注定会成为一个传奇。

所以，这两个有着同样传奇经历的富豪便常常被拿出来做比较，甚至有的人将扎克伯格的名字前面冠上了“盖茨第二”的称号，也有很多人觉得，扎克伯格的成功是因为有着盖茨的前例，而他则恰恰接手了盖茨没有完成的工作。

说起来，扎克伯格和盖茨以及已故的苹果创始人乔布斯，都有着一定的相似之处，首先，他们都是秉承着自身的创造力从而走上了富豪的道路，其次，他们的共同点是，他们都曾中途辍学。

比尔·盖茨，全名威廉·亨利·盖茨（William Henry Gates），1955年10月28日出生，和两个姐姐一块在西雅图长大，他们的父亲是西雅图的律师，盖茨已故的母亲，是银行系统的董事及国际联合劝

《第六章 扎克伯格的两个偶像

募协会的主席。和扎克伯格一样，盖茨从小也接受了良好的教育，曾就读于西雅图公立小学和私立的湖滨中学，在那里，他发现了自己在软件方面的兴趣，并且在 13 岁的时候开始了计算机编程。

1973 年，盖茨同样考进了哈佛大学，和微软首席执行官史蒂夫·鲍尔默结成了好朋友，在哈佛的时候，盖茨为第一台微型计算机“MITS ALTAIR”开发了“BASIC”编程语言的一个版本。

在大学三年级的时候，盖茨已经在哈佛小有名气。童年，盖茨离开了哈佛并把全部精力投入到他与孩童时代的好友保罗·艾伦在 1975 年创办的微软公司中。在“计算机将成为每个家庭、每个办公室中最重要的工具”这样信念的引导下，他们开始为个人计算机开发软件。盖茨的远见卓识以及他对个人计算机的先见之明成为微软在软件产业成功的关键。在盖茨的领导下，微软持续地发展改进软件技术，使软件更加易用、更省钱和更富于乐趣。微软一直致力于长期的发展，创新更是公司不可或缺的一个部分，从每年超过 50 亿美元的研究开发经费就可看出这一点。

盖茨曾这样解读自己的中途辍学，“在我看来，大学完全是为我设计的。我收看了大量来自麻省理工学院的公开课，数量超过我所知道的任何人。我当年离开学校并非因这个环境不适合我，而是因为当时我想迅速抓住微软发展的机会。在我辍学时，我已经完成三年大学学业，如果我利用已获得的学分的话，我其实当时就可以毕业了。因此我并非是一个真正的辍学生。”

事实上，盖茨的身份并不仅仅是美国微软公司的董事长，他更是首屈一指的科技尖才、大慈善家、环保人。与保罗·艾伦创办微软公

马克·扎克伯格成功法则

司后，他还曾任微软首席执行官和首席软件设计师，持有公司超过 8% 的普通股，是公司最大的个人股东。由此看来他更像是一个商人，他懂得去经营自己的创意。1995 年到 2007 年的《福布斯》全球亿万富翁排行榜中，比尔·盖茨连续 13 年蝉联世界首富。2008 年 6 月 27 日正式退出微软公司，并把 580 亿美元个人财产捐到比尔和梅琳达·盖茨基金会。2012 年 9 月 19 日，《福布斯》2012 年美国富豪排行榜发布，比尔·盖茨第 19 次蝉联美国首富桂冠。2009 年，比尔·盖茨超越沃伦·巴菲特成为世界首富，而在 2010 年至 2013 年，均被墨西哥富豪卡洛斯·斯利姆·埃卢超越，让其成为蝉联 3 年的世界首富。至今为止，比尔·盖茨以 720 亿美元的净资产连续第 20 年蝉联美国首富宝座。

这样的一个人慈善富豪，绝对是世界上最值得尊敬的。如果将扎克伯格与他放在一起，便可以看出他们之间的共同点。很多人表示，难道富豪都有怪癖？因为年轻的富豪扎克伯格，他是个节俭富豪。

而对于盖茨来说，慈善事业是他生命中的一个部分，直到今天为止，盖茨和他的妻子梅琳达也一直在为慈善作贡献。

根据他的一名高中同学回忆，盖茨曾断言自己会在 30 岁时成为百万富翁。可是没想到，他在 31 岁时，已经成为了亿万富翁，可以说，他确定自己会有钱，却没想到自己会这样有钱。

和扎克伯格一样，盖茨的童年便由衷热爱着编程。他在 11 岁时开始向父母抛出各种千奇百怪的问题来为难他们，这给母亲玛丽带来了很大的困扰，盖茨也成了一个让家长头疼的孩子，步入青春期的盖茨试图摆脱母亲的控制，母子矛盾也总会不定时的激化。

不得不说，他向往的自由，也正是日后他极力推崇的。

《第六章》 扎克伯格的两个偶像

盖茨是一个天才，13岁开始编程，扎克伯格也是一个天才，10岁时获得了属于自己的一台电脑，并且开始研究起编程。可以说，这便是他们至关重要的一个相同点。盖茨和扎克伯格都能看准时机投资，更可以看出他们的商业头脑，他们不仅仅是一个开发人员，更是一个成功的商人。

扎克伯格在哈佛的时候，曾经用黑客技术获得了同学们的照片信息，而盖茨更是在高中时，利用黑客技术黑了领美公司会计文件。对于扎克伯格和盖茨来说，这两个人连做法都是那么的如出一辙。

所以说扎克伯格是盖茨的接班人，这种话绝对是有迹可循的。

然而，想要成为盖茨的接班人，绝对不只是说说那么简单的，可以说，盖茨之所以能成功，是因为他的创造力与创新力，相比之下，扎克伯格的创造力绝对是毫无问题的，然而，对于他来说，最大的问题是他的创新力，在“Facebook”出现的这岁年中，“Facebook”不断更新着功能，越来越多高性能模块的出现，也让客户感受到了创新的魅力。而扎克伯格在不断创新中，也不断地更新着“Facebook”的页面布局，这让客户有些不适应。明明原来的布局用着很顺手，可突然换了，大家就会异常不适应，从而反对的声音四起。不过，最终这些激动的客户也都妥协了。

相对来说，扎克伯格这个CEO与盖茨相比更加的孩子气，他喜欢通过他的喜好去创造，从而让他在创新的这条路上充满了意想不到的波折。

对于扎克伯格来说，原本的创新是成功的，可他孩子气的创新却也给他带来了不少麻烦。不过突破了麻烦这一层面，扎克伯格确实也

马克·扎克伯格成功法则

交出了一份满意的创新答卷。

而对于盖茨的创新，可以说是一步步稳扎稳打的，他一直顺应着客户的需求，与扎克伯格相比，他更像是一个经验丰富的老师，在不断给扎克伯格做着示范。

虽然，外界总是认为扎克伯格是第二个盖茨，可当扎克伯格和盖茨站在同一个舞台上的时候，他们的身份却是平等的，可以说，他们是朋友，也是对手。

在盖茨面前，扎克伯格从来不会表现出胆怯，他总是用他的表现来证明他自己的信心。所以，盖茨才会更加器重这名年轻的“竞争者”。

而当我们把盖茨与乔布斯放在一起进行比较后，我们不难发现，他们之间的关系，似乎与扎克伯格也有着千丝万缕的联系。

盖茨给出了对扎克伯格超高的评价，可当他说到乔布斯时，却给出了一个推断，苹果不能超过微软。

1998年6月，微软股价为29美元，市值2500亿美元。那时苹果的股价为7.25美元。尽管有微软当时的1.5亿美元资金支持，市值依然只有区区60亿美元。微软从产品、市场份额、现金流、基本战略方面完全超越了苹果。这也就不难想象为什么当时的盖茨认为苹果能够超越的想法是荒谬的。

然而看看当时的情形。乔布斯尽管忍受着癌症的痛苦，并且做了肝脏移植手术，但是仍旧掌管着苹果公司的运营，而比尔·盖茨则通过转向基金会来普度众生。微软市值2400亿美元，比一年前略低，股价也从29美元降到27美元。在这过去的十年里，微软几乎无所建树。而另一方面，苹果的股价则从最初的7.25美元一路飙升到240美元。

第六章 扎克伯格的两个偶像

苹果的市值也提高了 33 倍，从 60 亿美金到 2200 亿，库帕蒂诺的现金储备也已经和微软的 400 亿美金不相上下。

对于乔布斯来说，他的确赢了苹果旗下衍生了众多魔术般的产品，例如“iMac”、“iPod”、“iPhone”和现在的“iPad”。甚至“Mac”所占市场份额也上升到了两位数，利润也在同行中独占鳌头。可以说，苹果在业内一枝独秀，而微软则已步入中年。

这句话绝对是有迹可循的，因为很多人都曾断言，扎克伯格的“Facebook”正如一个意气风发的青年，而乔布斯的苹果，仅仅是个开始，众所周知的微软则是中年维持。如今看来，这个说法是否准确，我们也不得而知，不过，乔布斯逝世后，扎克伯格却是很有希望迎头赶上的。

“1998 年盖茨将乔布斯定义为失败者的时候，他并没有想到这个加利福尼亚人的执着。苹果用了 12 年的时间，来取走微软头上的皇冠。”克林格里写道。“我确实是这个意思。你看微软的‘Office’如何受到‘Open Office’和‘iWork’的夹击，‘iWork’现在在‘iPad’上只需要 30 美元。”

“距离苹果免费搭售“iWork”来叫卖硬件的日子已经不远了。一旦“iWork”免费，一堆微软的高管就会变成热锅上的蚂蚁。”克林格里最后写道，“这回轮到苹果，而不是微软，等待自己的市场份额被人超越了。”

舒适随意的 T 恤，松垮的牛仔裤，外加一双阿迪达斯运动鞋，一成不变的打扮让马克·扎克伯格看起来和一个普通的美国大学生没什么两样。不过，这个年轻人成功的创业经历，让越来越多常春藤名校毕业生甘愿放弃华尔街的大好“钱途”，奔赴硅谷。

马克·扎克伯格成功法则

科技的力量再一次将哈佛辍学生推到前台，成为全世界瞩目的焦点。2004年扎克伯格从哈佛大学辍学，在此之前，科技界最具盛名的哈佛辍学生是微软创始人比尔·盖茨。

在全球财富榜前100名中，只有谷歌的共同创始人拉里·佩奇和谢尔盖·布林年纪在40岁以内。人们戏称，“按年龄平均算，扎克伯格将是这个星球上最富有的人”。

不过他表示从以后只领取“一美元”的工资。对扎克伯格来说，这仅仅是个开始。提交上市申请后，扎克伯格贴出了自己办公桌的照片，他用巨幅的“保持专注、继续前行”(Stay Focused&Keep Shipping)标语提醒自己，继续践行创业的理想：让这个世界更加开放。

微软联合创始人、前世界首富比尔·盖茨(Bill Gates)在出席哈佛大学慈善筹款晚会时表示，自己当年无须非要辍学创办微软，等上两年再进行也可成功。

作为史上最有名的哈佛辍学生，盖茨的传奇人生一直被人津津乐道。在某个慈善晚会上，盖茨又被辍学这一问题围绕，不过他开玩笑说：“一次我回到哈佛做演讲，听众里有个学生叫马克·扎克伯格，如果我当年坚持到完成学业，大概没法影响他也从哈佛辍学。”

玩笑过后，盖茨认真起来，他说：“如果我们1979年并未创办微软，而是等到1980年或者1981年，但当时我们觉得时间非常急迫，因为我们思考问题的方式，因为我们是软件主导型企业，而大部分公司并不关注这方面。人们将软件作为边缘产品，硬件东西是你花钱买来的，因此软件就免费了。事实上，我认为当时多等一年创办微软也是可以的，多等一年并不会改变历史。”

《第六章》 扎克伯格的两个偶像

在谈及与苹果早期合作时，盖茨表示，在苹果推出“Apple II”时间段内，我们之间的关系是友好得对手，事实上我们将更多的用户吸引到“Mac”上，这比苹果本身做得还要多。而到1996年乔布斯重回苹果时，他对我说“我想要这个、这个，你得给我这个、这个”，我们三天内就敲定了合作。合作交易中，微软还购入了6%苹果股票，但随后律师说服盖茨将其抛售，原因涉及反垄断问题。不过盖茨对此有些后悔，他说：“如果能继续持有，那就好了。”

而扎克伯格则认为大家把自己称为“盖茨第二”实在太过愚蠢，虽然他们都痴迷电脑，都在19岁创业，都就读过哈佛大学并且选择了辍学，但扎克伯格表示，“成功有时只是一个意外，我只是做了自己喜欢做的事情。”

小众社交网站连客创业失败后，创始人“Denny”总结教训，认为自己犯的一个重大错误是——创业初期，当被人问起连客究竟做什么时，他会回答：“抱歉，我们签了保密协议。”如此讳莫如深，让连客错失了很多潜在的合作伙伴。

对创意进行本能保护，也许是因为商业竞争中存在着无法回避的山寨和抄袭作风。一旦自己的“Idea”招致“剽窃”，饮恨败走就会成为唯一下场。不过，最起码可以从侧面佐证你的创意值得效仿，虽然代价有点沉重。

描述“Facebook”创业故事的电影《社交网络》里，哈佛的高富帅双胞胎“Winklevoss”兄弟将“Facebook”的创意告诉了马克·扎克伯格，结果白白把“Facebook”这台“印钞机”拱手让给了后者。后来经过漫长的4年诉讼，2008年，双方终于达成和解，“Winklevoss”

马克·扎克伯格成功法则

兄弟获得了 6500 万美元的赔偿。

“我几乎花了两个星期来应对诉讼，感觉很糟糕。”与这段“丑事”相比，扎克伯格更愿意重温“Facebook”迅速崛起的传奇。《社交网络》把扎克伯格创办“Facebook”的动机定性为“为了追求女孩”，但扎克伯格显然不同意这种江湖观点：“他们完全没有考虑我女朋友的实际情况，在创办“Facebook”之前我就已经开始和她约会了。”

2012 年 5 月 19 日，扎克伯格和他的亚裔女友普莉希拉·陈结婚了。结婚的前一天，“Facebook”正式在纳斯达克上市。而根据美国《福布斯》杂志公布的数据，2010 年时扎克伯格的资产已经高达 69 亿美元，排在全美富豪榜的第 35 名。这不禁让普莉希拉·陈成为搜索焦点，嫉妒的网友直称其为“世界上最幸运的女人”。

在“Facebook”上市半年后，扎克伯格就把价值近 5 亿美元的股份捐向一家慈善机构。扎克伯格表示：“一些人等到事业晚期才回馈社会。可现在就有那么多事情需要做，为何要等待？”

这位 1984 年出生的年轻富豪日前还被美国企业员工评论网站“Glassdoor.com”评为“全美最受员工拥护的 CEO”，而排在 35 名、“垫底”的正是微软 CEO 史蒂夫·鲍尔默，继任比尔·盖茨的鲍尔默站在了巨人肩头，高处不胜寒，与被称为“盖茨第二”的扎克伯格相比，后者显然更受爱戴。

“我为什么要成为比尔·盖茨呢？”扎克伯格认为把自己称为“盖茨第二”实在太过愚蠢，虽然他们都痴迷电脑，都在 19 岁创业，都就读过哈佛大学并且选择了辍学，但扎克伯格表示，“成功有时只是一个意外，我只是做了自己喜欢做的事情。”“你不可能成为任何人，

<< 第六章 扎克伯格的两个偶像

我也是一样，只希望成为我自己。”

他确实也是这么做的。满头卷发，服饰怪异，经常穿一件有小猴图案的灰色连帽衫，上面印有“编程猴”，扎克伯格在哈佛上学时极力想把自己打扮成极客形象。“他就像个机器人，他已被过度程序化了。”这就是周围人对他的评价。就连普莉希拉·陈在私人派对上第一次见到扎克伯格时也觉得他是个“书呆子”，因为他的水杯上还写着一行代码。

天赋让扎克伯格变得傲慢无礼，常常满口脏话，很难得到女孩子们的青睐。扎克伯格发泄这种挫败感的方式就是编写代码。大学二年级的一天晚上，扎克伯格利用黑客技术获取了哈佛的学生电脑档案，然后制作了一个叫作“Facemesh”的网站，粘贴上了所有女生的照片，然后让访客投票决定谁长得更“火辣”。没想到仅仅4小时，就有450名访客造访这个网站，2.2万张照片被浏览。

一部分人对他的行为表示抗议，学校也对他的黑客行径给以惩罚——留校察看。扎克伯格不得不向同学们道歉，但也由此交上好运。

“一举成名”后，双胞胎“Winklevoss”兄弟上门请他负责一个校内社交网站的技术工作。事实上，这样的网站当时在美国很多高校已经出现。扎克伯格答应了“Winklevoss”兄弟的要求。后面的故事众人皆知，他看过“Winklevoss”兄弟的代码后，就以各种理由不再与其合作，而决定自己单干。

2004年7月4日，扎克伯格创建的社交网站“Facebook”正式启动，在两周的时间里，一半的哈佛学生注册成为用户。5个月后，共有30所美国高校加入，注册人数突破100万。这个网站很快引起了风险投

马克·扎克伯格成功法则

资商的关注，这让扎克伯格开始认真思考社交网站的价值和未来经营的问题。为了能专心开发“Facebook”，他听从比尔·盖茨的建议，选择了辍学创业。

接近十年后的今天，“Facebook”拥有超过 10 亿用户，如果把“Facebook”视为一个国家，它将成为继中国与印度之后的第三大国。市值也高居 1000 亿美元之上，在互联网公司里面仅次于苹果、谷歌和微软。

不过，成功的道路并不顺畅。2004 年，“Facebook”的第一台服务器是花 85 美元租来的，他们量入为出，过得十分艰难。最初的手对手也不是“MySpace”或“Friendster”，而是美国各大高校里的社交网络。在“Facebook”获得极大关注之后，也有人对这位“孩子 CEO”运营一家公司的能力表示怀疑，但他用事实告诉大家：扎克伯格是个天才。

乔布斯生前曾表示，硅谷里他最欣赏的人是马克·扎克伯格，因为扎克伯格不仅创造了好的产品，还创造了能够持续创造好产品的企业。

“哈佛辍学学生改变世界”的硅谷传奇还在继续，但剧情恐怕有点让人失望。虽然“Facebook”的用户数量一直在高速增长，开放平台吸引了众多第三方开发商和广告主，业绩上也已经扭亏为盈，但“Facebook”近来的做法却越来越像一个巨无霸公司的行为了。

乔布斯创造了苹果、比尔·盖茨建立了微软、扎克伯格定义了“Facebook”，但历史的车轮一次又一次印证，在引导了短暂的辉煌之后，任何曾经伟大的企业都会遭遇创新的天花板。有的企业选择商业博弈，故步自封，无视科技的大潮，比如柯达、诺基亚；有的企业

《第六章 扎克伯格的两个偶像

选择顺应趋势，并购或模仿新兴对手，这种事实上扼杀创新的行为，却总能延续自己的生命。

一定程度上，基业长青对商业公司来说是一个遥远的梦。由职业经理人操控或者缺乏卓越领导者的企业，往往容易掉进眼前利益的泥淖。所以，柳传志推崇“家族式企业”，贝佐斯认为电商是长跑而非冲刺，马云、任正非拒绝空降 CEO……

“Facebook”同样需要扎克伯格。但当“Facebook”在纳斯达克敲锣上市之后，扎克伯格激动人心的故事就已经收尾了，他以后要做的，就像比尔·盖茨和乔布斯的继任者正在做的一样，努力使“Facebook”走得更远。随机应变、灵活转身对于这些庞大的企业来说十分重要，因为外部环境总在不断变迁，傲慢的代价并不是每个领导者都敢尝试。

就像所有成功故事所讲述的一样，人们印象中的“Facebook”轻而易举地受到了全世界人民的青睐，除了几个尚未允许其进入的市场。但事实并非如此轻描淡写。最初，“Facebook”在社交媒体行业的主导地位仅限于英语国家。在非英语国家，这一地位则被当地的同类网站所取代。在上市之前，“Facebook”为了打破语言障碍，走过了一段漫长的全球化道路。

2011年，“Facebook”在欧洲攻城略地，相继击溃了荷兰的“Hyves”、德国的“VZ Netzwerke”。其中，Hyves 首席执行官马克·德弗里斯表示：“使用我的平台无法与其他国家的朋友联系。在全球的网络世界里，我的网站只是个小公司，永远不能与国际化公司相竞争。”

失意者的唏嘘为扎克伯格的大事业做了很好的反衬，《名利场》

马克·扎克伯格成功法则

杂志把扎克伯格称为“新恺撒”，意为他用“Facebook”接管了一个时代。根据“Facebook”公布的财报，其在2013年第二季度和第三季度分别完成净利润3.33亿美元和4.25亿美元。其中，广告营收是“Facebook”的主要盈利部分，第三季度这一数字为18亿美元，移动广告带来的营收约占49%。另外，付费业务和其他服务费营业收入为2.18亿美元。

受盈利财报影响，“Facebook”股价大涨。扎克伯格对此很满意，他说：“快十年了，‘Facebook’致力于连接世界……本季度（第三季度）公司业绩强劲，下一阶段发展已经做好准备。未来，我们会把另外50亿人连接起来。”

不过，在连接全世界之前，“Facebook”不得不面对自己的创新困境。

第六章 扎克伯格的两个偶像

第二节 扎克伯格与乔布斯

“本周我购买了一台‘iPhone’，但到周末时我就不得不准备四个充电器，以便我的手机能够随时充电。另外，我还安装了一部固定电话，以确保能随时打电话。”这是扎克伯格对乔布斯的评价。

在参加“Y Combinator”创业论坛大会时，扎克伯格在演讲中说：“我唯一担心的是，自己所做的事情并不是能够做到最具意义。”

而在此之前，曾说过类似话的人，是苹果之父，乔布斯。

1955年2月24日，史蒂夫·乔布斯出生在美国旧金山。刚刚出世就被父母遗弃了。幸运的是，一对好心的夫妻收留了他。

当时，乔布斯生活在著名的“硅谷”附近，邻居都是“硅谷”元老——惠普公司的职员。

在这些人的影响下，乔布斯从小就很迷恋电子学。一个惠普的工程师看他如此痴迷，就推荐他参加惠普公司的“发现者俱乐部”。这是个专门为年轻工程师举办的聚会，每星期二晚上在公司的餐厅中举行。就在一次聚会中，乔布斯第一次见到了电脑，他开始对计算机有了一个朦胧的认识。

马克·扎克伯格成功法则

在上初中时，乔布斯在一次同学聚会上，与斯蒂夫·沃兹尼亚克（Steve Wozniak）见面，两人一见如故。斯蒂夫·沃兹尼亚克是学校电子俱乐部的会长，对电子有很大的兴趣。

19岁那年，乔布斯只念一学期就因为经济因素而休学，成为雅达利电视游戏机公司的一名职员。借住朋友家（沃兹家）的车库，常到社区大学旁听书法课等课程。1974年，他赚钱往印度灵修，吃尽苦头，只好重新返回雅达利公司做了一名工程师。

安定下来之后，乔布斯继续自己年少时的兴趣，常常与沃兹尼亚克一道，在自家的小车库里琢磨电脑。他们梦想着能够拥有一台自己的计算机，可是当时市面上卖的都是商用的，且体积庞大，极其昂贵，于是他们准备自己开发。制造个人电脑必须就是微处理器，可是当时的“8080”芯片零售价要270美元，并且不出售给个人。

两个人不灰心，仍继续寻找，终于在1976年度旧金山威斯康星计算机产品展销会上买到了摩托罗拉公司出品的“6502”芯片，功能与英特尔公司的“8080”相差无几，但价格只要20美元。

带着“6502”芯片，两个狂喜的年轻人回到乔布斯的车库，开始了自己伟大的创新。他们设计了一个电路板，将“6502”微处理器和接口及其他一些部件安装在上面，通过接口将微处理机与键盘、视频显示器连接在一起，仅仅几个星期，电脑就装好了。

乔布斯的朋友都震惊了，但他们都没意识到，这个其貌不扬的东西，会给以后的世界带来多大的影响。但是精明的乔布斯立即估量出这种电脑的市场价值所在。为筹集批量生产的资金，他卖掉了自己的大众牌小汽车，同时沃兹也卖掉了他珍爱的惠普“65”型计算器。就这样，他们有了奠基伟业的1300美元。

＜＜第六章 扎克伯格的两个偶像

1976年4月1日那天，乔布斯、沃兹及乔布斯的朋友龙·韦恩(Long Wayne)做了一件影响后世的事情：他们三人签署了一份合同，决定成立一家电脑公司。随后，21岁的乔布斯与26岁的斯蒂夫·沃兹尼亚克在自家的车房里成立了电脑公司。公司的名称由偏爱苹果的乔布斯一锤定音——称为苹果。后来流传开来的就是那个著名的商标——一只被人咬了一口的苹果。而他们的自制电脑则被顺理成章地被追认为“苹果I号”电脑了。但在开始的时候，“苹果”机的生意却很清淡，毕竟它是一个全新的东西，除了对电子感兴趣的人，谁知道这个东西会有什么用处，而原先对“苹果I号”感兴趣的朋友们开始持观望态度，等待更好的“苹果II号”的出台。

1976年7月，零售商保罗·特雷尔(Paul Jay Terrell)来到了乔布斯的车库，当看完乔布斯熟练地演示电脑后，他认为“苹果”机大有前途，决意冒一次风险——订购50台整机，但要求一个月内交货，乔布斯喜出望外，立即签约，拍板成交，这可是做成的第一笔“大生意”。

时间太仓促，任务又繁重，乔布斯和沃兹冒着酷暑，没日没夜地干了起来，为了公司的生存，他们豁出去了。他们每天几乎都在挥汗如雨、顽强拼搏中度过，每周工作66小时。终于在第29天他们奇迹般地完成了任务，把50台苹果电脑如数交给了商人特雷尔。

50台整机在特雷尔手里很快销售一空，有了良好的开始。苹果公司名声大振，开始了小批量生产。乔布斯和沃兹开始意识到，他们的小资本根本不足以应付这急速的发展。乔布斯后来回忆道：“大约是在1976年秋，我发现市场的增长比我们想象得还快，我们需要更多的钱。”为此，他们分头去找资金支持，包括沃兹就职的公司惠普，

马克·扎克伯格成功法则

但遗憾的是，这些公司都没意识到这其中蕴藏的商机和市场。

机遇往往垂青努力的人。1976年10月，百万富翁马尔库拉慕名前来拜访沃兹和他们的车库工场。马尔库拉是位训练有素的电气工程师，且十分擅长推销工作，被人们称为推销奇才。由于在股票生意上发了财，他很早就选择了退休的生活。但看到这两个年轻人的新产品，马尔库拉决心重操旧业，帮助他们把公司大张旗鼓地办起来。他主动帮助他们制订一份商业计划，给他们贷款69万美元，将自己的命运与两个年轻人联系在一起。有了马尔库拉这样行家里手的指导，有了这笔巨资，苹果公司的发展速度大大加快了。

1977年4月，美国有史以来的第一次计算机展览会在西海岸开幕了。为了在展览会上打出名声，乔布斯四处奔走，花费巨资，在展览会上弄到了最大最好的摊位。更引人注目的当然是“苹果II号”样机，它一改过去个人电脑沉重粗笨、设计复杂、难以操作的形象，以小巧轻便、操作简便和可以安放在家中使用等鲜明特点，紧紧抓住了观众的心。它只有12磅重，仅用10只螺钉组装，塑胶外壳美观大方，看上去就像一部漂亮的打字机。人们都不敢相信这部小机器竟能在大荧光屏上连续显示出壮观的、如同万花筒般的各种色彩，“苹果II”机在展览会上一鸣惊人，几千名用户向展台，观看、试用，订单纷至沓来。

1980年，《华尔街日报》的全页广告写着“苹果电脑就是21世纪人类的自行车”，并登有乔布斯的巨幅照片。

1980年12月12日，苹果公司股票公开上市，在不到一个小时内，460万股全被抢购一空，当日以每股29美元收市。按这个收盘价计算，苹果公司高层产生了4名亿万富翁和40名以上的百万富翁。乔布斯作为公司创办人当然是排名第一。

《第六卷》 扎克伯格的两个偶像

1983 年，“Lisa”数据库和“Apple Iie”发布，售价分别为 9998 美元和 1395 美元。“Apple”成为历史上发展最快的公司。但是“Lisa”的发布预示了苹果的没落，一台不合实际、连美国人都嫌贵的电脑是没有多少市场的，而“Lisa”又侵吞了“Apple”大量研发经费。可以说苹果兴起之时就是其没落开始之时。

因为巨大的成功，乔布斯在 1985 年获得了由里根总统授予的国家级技术勋章。然而，成功来得太快，过多的荣誉背后是强烈的危机。

由于乔布斯经营理念与当时大多数管理人员不同，加上 IBM 公司推出个人电脑，抢占大片市场，总经理和董事们便把这一失败归咎于董事长乔布斯，于 1985 年 4 月经由董事会决议撤销了他的经营大权。乔布斯几次想夺回权力均未成功，便在 1985 年 9 月 17 日愤而辞去苹果公司董事长。

从苹果公司辞职之后，于 1986 年乔布斯花 1000 万美元从乔治·卢卡斯手中收购了卢卡斯电影“Lucasfilm”旗下位于加利福尼亚州“Emeryville”的电脑动画效果工作室，并成立独立公司皮克斯动画工作室。在之后十年，该公司成为了众所周知的 3D 电脑动画公司，并在 1995 年推出全球首部全 3D 立体动画电影《玩具总动员》。这家公司已在 2006 年被迪士尼收购，乔布斯也因此成为最大股东。

1996 年 12 月 17 日，全球各大计算机报刊几乎都在头版刊出了“苹果收购“Next”，乔布斯重回苹果”的消息。此时的乔布斯，正因其公司（现皮克斯）成功制作第一部电脑动画片《玩具总动员》而名声大振，个人身价已暴涨逾 10 亿美元；而相形之下，苹果公司却已濒临绝境。乔布斯于苹果危难之中重新归来，苹果公司上下皆十分欢欣鼓舞。就连前行政总裁阿梅利奥也在迎接乔布斯的欢迎词中说：“我

马克·扎克伯格成功法则

们以最隆重的仪式欢迎我们最伟大的天才归来，我们相信，他会让世人相信苹果电脑是信息业中永远的创新者。”

于苹果危难之际，乔布斯发挥了行政总裁的权威，大刀阔斧地进行改革。他首先改组了董事会，然后又做出一件令人瞠目结舌的大事——抛弃旧怨，与苹果公司的宿敌微软公司握手言欢，缔结了举世瞩目的“世纪之盟”，达成战略性的全面交叉授权协议。

在帕洛阿尔托的一个车库里，休利特和帕克德用 538 美元创建了惠普公司；“Coherent”成立的地方稍微干净点——帕洛阿尔托的一个洗衣房里——因为它需要这里的 220 伏电力供应，后来，它成了科学、医疗和商业应用方面的领先激光制造商；施乐公司在帕洛阿尔托的研究中心也许注定要比施乐这家公司影响更为久远，激光打印机、鼠标和图形用户界面（GUI）都是它们的产品；还有更脍炙人口的故事：晶体管之父肖克莱为建立半导体实验室，从东海岸招来了 8 个年轻的工程师，两年后，这 8 个年龄均低于三十岁的科学家集体离职，在创立惠普的车库旁边的一栋小屋里创立了仙童半导体公司。随后，他们发明了集成电路，分别创建了“AMD”、英特尔，还有著名的摩尔定律——他们被称为“仙童八叛逆”，诺伊斯就是其中的带头大哥。

当这些故事发生时，乔布斯才刚刚出生、成长，而硅谷那时还不叫硅谷，直到 1971 年，《电子新闻》记者唐·赫夫勒才以半导体中的主要成分硅命名了这个地方。5 年后，在创业、创新和创造的硅谷式氛围中成长起来的乔布斯和他的高中学长沃兹尼亚克，在另一个车库里创立了苹果。

在硅谷，大公司帮传扶带小公司和年轻人，与其说是传统，不如说是本能。2011 年，乔布斯的同龄人、另一位硅谷巨头比尔·盖茨

＜＜第六章 扎克伯格的两个偶像

接受《连线》杂志专访时，若有所思地对记者史蒂芬·列维感叹，“挺有意思，在年轻时我几乎不认识什么老人。在我们发起微处理器革命的时候，没有一个人是老的，没有一个人。”

盖茨显然沉浸在了一种错觉里，也许因为他面对的是列维——一个25年前就写出《黑客》、定义了硅谷那一代年轻人的记者。那时他、保罗·艾伦（微软两大创始人之一）和乔布斯的确都是年轻人，但即使在那时，他们也仰仗前人许多。

那个著名的硅谷笑话就是他自己讲出来的，当乔布斯愤怒地指责盖茨的微软“Windows”操作系统抄袭了“Mac”机的图形操作界面时，盖茨这样答：“我们只是都有一个叫施乐的有钱邻居，我从他家门口闯进去偷电视，却发现你正从窗户那儿溜走，比我还快了一步。”

理解图形操作界面并不难。在它诞生之前，如果你想打开一个文件，得在电脑上输入一串复杂的计算机语言，用这种语言去命令它，现在，你只需要在桌面上点击它就行了，因为施乐将其图像化了。1979年，作为施乐购买苹果10万股股份的交流，乔布斯走进施乐研究中心，看到那台名叫“Alto”的电脑，竟然把一切图像化了！而且，它还有一个鼠标！

然后，乔布斯从施乐找来了拉里·泰斯勒，在他的帮助下，1984年，苹果发布了划时代的“Macintosh”。考虑到它的售价（和前作Lisa相比），这也许是人类历史上第一部老少咸宜、不需懂得太艰深的计算机知识就能使用的个人电脑。

盖茨和IBM此时也已登场，在这个故事里，他们是同样重要的另一股力量。1977年，当苹果推出自己的第二款个人电脑，也是世界上第一款真正开机即可用“BASIC”语言直接与计算机交流的个人电脑

马克·扎克伯格成功法则

“Apple II”时，IBM 是落后者的代表。这也许是乔布斯一生中最伟大的历史功绩，他和沃兹尼亚克一起，第一次将个人与电脑联系在一起。

在大型机时代，IBM 是当之无愧的王者，但却错误地认为“全世界只需要 5 台计算机”。在它的概念里，计算机还是要占满一整个房间的庞然大物，永远不可能被缩进一个小盒子里。所以，直到 1980 年，它才推出自己的第一款个人电脑。

但 IBM 帮助了另一个人，比尔·盖茨。IBM 选中比尔·盖茨为他们开发个人电脑上的系统，盖茨则买来了另一家叫作“Seattle Computer Products”的公司开发出的系统并加以改良，这就是后来著名的“MS-DOS”。IBM 的另一个决定是，允许微软将这种系统给其他公司使用而不是自己独占。数年之后，当微软推出将图形操作界面设计得更好、功能更全更完善、门槛也更低的“Windows95”时，已经没人能阻止它成为软件巨头了。

《时代》周刊将 1982 年年度人物授予了“Computer”，而不是一个人。个人电脑时代那时已成洪流之势，它将 70 年代人类的技术恐惧和大型机的压迫感一扫而空，它让人类意识到，技术不止可以用于战争和工业，也可以造福家庭和个人生活。

乔布斯一生钟爱奥威尔的小说《1984》。在 1984 年，为推出“Macintosh”电脑，他找来雷德利·斯科特（著名导演，代表作有《异形》、《末路狂花》等）拍摄广告片，挥舞着铁锤的金发红衣健美女郎砸碎了威权时代的黑暗，个人电脑也是如此，砸碎了属于大型机时代“技术只能掌握在少数人”手里的梦魇。

值得一提的是，也是这一年，斯坦福的一对夫妻为了能在实验室里更好更快地传递信息，设计出了一种新型联网设备，用来将斯坦福

<< 第六章 扎克伯格的两个偶像

校园内的各个计算机局域网联在一起，形成统一的网络，这就是“多协议路由器”。它的出现标志了互联网时代的真正到来。这也是思科公司的雏形。

和苹果相比，微软是那个将个人电脑迅速大众化与流行化的公司。在乔布斯离开苹果的十余年间，微软、IBM 和英特尔将个人电脑普及到了世界的各个角落。在硅谷，每个人都如此卓尔不群，竞争加速了进步。

今天，当我们在任何一台电脑上处理文件、听音乐或者玩游戏时，无论这是一台“Macbook Air”还是装着 Win 7 的“ThinkPad”，这都不只是一家公司的功劳。硅谷的大小公司、CEO 和极客一起，共同推动了个人电脑的发展。然后，小公司变成了大公司，极客也成了 CEO，他们再和后继者一起，眺望那个更新的未来。

1997 年是乔布斯生命中的重要节点，这一年，他重新出任苹果 CEO。此时的苹果公司已濒临破产，也不再是硅谷最酷的公司，甚至算不上特立独行。互联网公司正在高速崛起，硅谷的人才流动是比华尔街的股票指数更无情的判断标准，就像“Google”的股价今日今时仍然高起，但最杰出的人才已经首选还未上市的“Facebook”甚至更新的公司一样，90 年代中后期的苹果并不是斯坦福和 MIT 毕业生的偏爱。

此时微软已是硅谷老大，就像当年的 IBM 一样，比尔·盖茨从 1993 年起就成为世界首富，雄踞《福布斯》排行榜榜首长达十几年。而以雅虎为首的互联网公司看起来风华正茂。1998 年，雅虎上市两年后，股价是 1996 年的 23 倍。网景的马克·安德森取代了乔布斯，成为新一任的硅谷偶像。成立于 1998 年的“Google”则敏锐地看到了

马克·扎克伯格成功法则

信息索引在个人电脑时代的重要性，它将信息以最高效、简洁和有用的方式排序，并尽可能地包罗一切。

此时的乔布斯，最关心的问题仍是如何将苹果拖出泥潭。这一次他得感谢比尔·盖茨，盖茨买下了苹果价值 1.5 亿美元的股票，换取乔布斯放弃继续控告微软侵犯版权。虽然乔布斯还是喜欢指责微软和英特尔的“Wintel”联盟筑起了高墙，但这只针对个人电脑这个战场，它们还有其他战役可以较量。乔布斯说，“我们必须打破只有微软失败，苹果才能赢这个观点”——2006 年，苹果就推出了允许采用英特尔微处理器的 Mac 电脑运行微软 Windows XP 的软件“Boot Camp”，这让各方都从中得利。

另一方面，这一波互联网泡沫也破裂得太快了。到 2001 年，“Napster”距离完全败诉破产只有不到一年的时间了，被美国在线收购的网景也半死不活。投资市场迅速地撤回了他们燃烧在互联网里的热钱。

乔布斯则在 2001 年推出了他另一个极具革命性的作品：“iPod”。他不是迎合用户需求，而是去创造需求，在此之前，以索尼为首的 MP3 产商总想着让 MP3 更轻、更小，更像个 U 盘。但乔布斯让“iPod”成为让卡尔·拉格菲尔德（Karl Lagerfeld，著名设计师，时装界的“恺撒大帝”）为之特意设计一款包的音乐播放器。这只是乔布斯定义的“iGeneration”10 年的开始。“iPod”和“iMac”一体机让乔布斯和他的苹果完成了一个任务：重回硅谷“酷公司”行列。

2003 年，“iTunes”上线，让传统的内容提供商——最早是唱片公司——也尝到了互联网的甜头，他们可以在上面销售数字音乐，而苹果得到分成。现在，架构这样一个完整的数字内容系统已不是什么

<< 第六章 扎克伯格的两个偶像

新鲜事，但在 8 年前，“iTunes”却证明了一种可能性：互联网不只是强盗。

从很多方面来看，乔布斯对互联网的感觉都和其他公司不同。和他的同龄人盖茨相比，微软一直试图在网络上也构建一个微软王国，MSN 就是一个例子，虽然看起来并不太成功。但乔布斯却从未真正试图涉足互联网，在他生命的最后阶段，苹果先后推出的“me.com”和“Ping”网络音乐社区都宣告失败。另一个细节是，苹果在 2009 年 10 月发表的 iMac 的外箱包装规格列表上，把原本的 Apple 网站“www.apple.com”更改为了“Macintosh Think Different”的字样。

不过，这并未影响乔布斯从另一方面与互联网时代接轨。先后推出的“iPhone”和“iPad”都取得了巨大成功，和 30 年前一样，乔布斯和苹果再次开启了移动互联网接入设备时代的大幕。

这一次，他也帮助了其他的公司，那些硅谷的年轻人像七十年代的他一样，迅速成长，又反过来刺激了苹果。

无需赘述“iPod”养活了多少为其生产附带设备的小公司，硅谷那些最聪明的人需要的不是这些。2006 年 8 月，苹果公司宣布，“Google”首席执行官埃里克·施密特加入该公司董事会。几个月后的 2007 年 1 月，第一代“iPhone”发布。同一年，“Google”发布了它们的安卓系统。硅谷科技评论家大卫·柯克帕特里克对本刊记者说：“每个人都知道“Google”借鉴了苹果，如果施密特不在苹果的董事会，安卓绝对不会一开始就长得和“iOS”如此相似。”

另一个更好的例子是，苹果开源出的“Webkit”内核不但让它自己的浏览器“Safari”获益，也让“Google”的“Chrome”成为多个系统上最好的浏览器。

马克·扎克伯格成功法则

反过来，“Google”也帮助了苹果。随手拿起一台“iPhone”，如果去除它上面的“Google”地图，不允许它通过“Google”搜索，无法随时接收“Gmail”，这台“iPhone”会损失多少精彩的功能？现在风头正劲的LBS软件也很难发挥作用。“iPhone”这台移动互联网接入设备因为互联网平台上各种无穷的可能性而受人瞩目，它良好的用户体验多少得益于此。

今天，大多数选择“iOS”设备的人考虑更多的并非硬件设备性能本身，而是苹果构筑的“App Store”（苹果商店）生态系统。安卓设备的许多型号拥有更大的屏幕、更快的“CPU”和更精美的外壳，但它对版权的保护不力和糟糕的支付系统都让“Android Market”（安卓市场）无法具有“App Store”（苹果商店）的竞争力。“愤怒的小鸟”开发商“Rovio”公司在苹果上的营业收入数以亿计，但在“Android”设备上，它却只能开发内置广告的免费版本。最好的软件总是先出现在“iOS”设备上，数字内容的提供已经遍布各行各业。

像10年前微软和英特尔如日中天时一样，苹果这个封闭的系统也被指责竖起了新的互联网高墙。在乔布斯去世后，开源项目的领军人物理查德·斯托曼（Richard Stallman）甚至说出了“我不希望看到他死去，但乐于看到他离去”这样的话。

但单纯指责乔布斯是个魔鬼，就如同将他视为上帝一样荒诞。我们生活在一个复杂的时代，乔布斯从来不是一个单纯意义上的工程师，他喜欢说自己“游走于技术和艺术的边界”，他最擅长的不是从无到有地去创造一样东西，而是将半成品——比如图形操作界面、鼠标、MP3、智能手机——重新组装、改头换面，使之变成最符合人类操作习惯的产品。

<< 第六章 扎克伯格的两个偶像

乔布斯去世后，人们喜欢讨论谁是下一个乔布斯。得票最高的无疑是马克·扎克伯格——这个时代的 IT 英雄、2010 年《时代》周刊年度人物，他的“Facebook”已拥有 9 亿用户。

是谁造就了扎克伯格和“Facebook”？

我们很难不想起苹果手机，苹果电脑，或者苹果笔记本，就像“Windows95”、“WindowsXP”和“Windows7”一脉相承，也很难不想起“iPhone”、“Android”和各种移动设备。它们是“Facebook”得以流行的基础，也是扎克伯格成长的源泉。当扎克伯格决定离开哈佛创业时，和那些前辈一样，他的目的地还是帕洛阿尔托。教他创业并且巧妙地摆脱风投限制的人是肖恩·帕克，上一波互联网风潮中的鬼才；“Paypal”创始人彼得·泰尔给了他 50 万美金用以初期起步；而马克·安德森则是他的导师、“Facebook”董事会成员。

回首“Facebook”爆发性增长的这几年，恰好是互联网接入方式越来越移动化和快捷的时期，个人电脑培育出的一代，又造就了互联网和移动这一代。如果没有“iPhone”，想在朋友聚会上拍下嬉闹的照片并与千里之外的家人分享，会变得烦琐许多，而“Facebook”这样的社交网络则让用户前所未有地黏住他们手中的“iPhone”。

这就是硅谷，公司与公司之间交错地盘旋上升，它们一起构成了一个新的、更透明也更扁平的世界，在这个世界中，它们有自己的逻辑。而这些公司共同的助推器都是华尔街——资本与技术的结合让硅谷更高、更快也更强。

乔布斯和比尔·盖茨的故事让华尔街前所未有地热爱硅谷，像苹果、微软、思科、“Google”这样的大公司，让投资银行家看到了数十倍甚至上百倍获利的可能性。反过来，他们的热钱源源不断

马克·扎克伯格成功法则

地流入这里，帮助那些小公司成就神话。现在，大学校园里最聪明的年轻人都喜欢去接近保罗·格雷厄姆，他的风险创业孵化器“Y Combinator”通过面试和比赛挑选出最具有创造力的年轻人和项目，给他们培训，同时供给他们一部分资金，他们则获得相应的股权。谁知道这些人里会不会有下一个乔布斯或者扎克伯格？这种项目有大量复制品，比如李开复的创新工场。

“Color”仅仅因为提出了一个看上去挺好的概念就拿到了4100万美元的风险投资。这个数字能说明很多，比如或许硅谷又迎来了新的一波投资热潮。这看上去像个刺激的游戏，最新鲜的头脑、眼光和活力都在这个大熔炉里，如果你有运气、决心和伯乐，就能改变世界。

看上去，这和上个世纪70年代乔布斯与盖茨发迹的硅谷已经不再一样，但其实，大公司、小公司、CEO和极客们的故事只是换了一个版本。就连华尔街都得服从于硅谷的运转模式，他们大量购买非投票权股票，确保乔布斯这样的人才被董事会赶走的愚蠢故事不会再次发生。

硅谷还是那么年轻。26年前，列维在他划时代的《极客：计算机时代的英雄》中这样定义那批年轻人：“他们在电脑上创造艺术和美。对他们的评价应该基于他们的极客行为，而不是基于学历、年龄、种族、地位等因素。另一个信念是，电脑可以为普通人提供权利，使他们不再相信权威，促进‘非集中化’。但我们认为，极客文化最核心的价值观是‘所有信息都应该是自由传播的’，尽管人们对这一观点存在争议。”

乔布斯、盖茨、佩奇、布林或者扎克伯格，他们在过去30年中一直践行着这些准则。尽管方式不同，但这些准则帮助他们征服了华

＜＜第六章 扎克伯格的两个偶像

尔街和商业社会，他们将个人的审美、趣味通过商业社会的准则变得大众化起来，让大众社会接受了硅谷的思维与创新方式。

在2011年与列维的那次对话里，比尔·盖茨还说了这样一句话：“如今看这个行业变得这么老，感觉很奇怪。”他错了，从这点上说，他没有乔布斯看得清楚。2005年，在那场著名的斯坦福演讲中，乔布斯说：“没有人愿意死去……但死亡是我们共同的终点，它也许是生命中最了不起的发明，因为它送走耄耋老者，给新生代让路。”

现在，他死了，而硅谷的新生代已经开始沿着他走过的路，继续走下去。

“乔布斯对于扎克伯格来说是一个伟大的榜样，扎克伯格会用一生的时间去纪念这位伟人。”在表明扎克伯格的立场后，有人向艾萨克森提问乔布斯生前是否提及过扎克伯格，毕竟大家都好奇乔布斯眼里的扎克伯格应该是什么样子的。“我曾问过乔布斯他敬佩硅谷里面的哪些人，而扎克伯格是第一从他嘴里跳出的名字！”艾萨克森指出，乔布斯对于扎克伯格的敬佩来源于他对“Facebook”未来需求的直观感，他对自己喜欢的事充满了快乐与激情，他甚至不介意接触旧的事物，并能从中挖掘新的东西。总而言之，乔布斯在他身上看到了年轻时的自己。还有一个很重要的原因是，充满传奇的乔布斯在社交网络上败给了扎克伯格，要知道乔布斯基本上是战无不胜的。“Ping”是苹果“试水”社交网络的音乐社交服务，不过苹果很快就放弃了这个服务，估计现在也没几个人记得。艾萨克森曾经问过乔布斯为什么不再次做尝试，而乔布斯是这样回答的：“扎克伯格做得已经足够好，互联网并不需要那么多的社交网络平台，‘Facebook’的主宰地位毋庸置疑！”

马克·扎克伯格成功法则

如果扎克伯格知道自己的偶像也敬佩自己的话，估计他会开心得连饭都忘记吃了。不过乔布斯还是有很多地方值得扎克伯格学习的，因为他用自己人生经历和产品多层次地改变了世界，而扎克伯格还没达到这个境界。

<< 附录 扎克伯格创业时间轴

附录 扎克伯格创业时间轴

1984 年 05 月 14 日

马克扎克伯格出生在美国纽约州白原市。

1993 年

扎克伯格拥有了属于自己的一台电脑。

2000 年

扎克伯格为学校设计一款 MP3 播放软件。

2002 年 9 月

扎克伯格进入哈佛大学就读心理学专业。

2004 年 2 月

马克·扎克伯格 (Mark Zuckerberg)、达斯丁·莫斯科维茨 (Dustin Moskovitz) 和爱德华·多萨维林 (Eduardo Saverin) 在哈佛宿舍用 10 天时间搭建“Facebook”，并且整装上线，此时，处于交友欲望高涨阶段的哈佛大学生蜂拥而至，截至 2 月底，不到一个月，整个哈佛 3/4 的在校生都注册了“Facebook”账户。

2004 年 6 月至 7 月

初出茅庐的“Facebook”获得风险投资家彼得·泰尔 (Peter Thiel) 50 万美元投资。据说当时最大的社交网站“Friendster”想以 1000 万美元收购“The Facebook”，遭扎克伯格拒绝。

马克·扎克伯格成功法则

2004 年 12 月

哈佛、斯坦福、哥伦比亚和耶鲁大学的“The Facebook”用户达到 100 万。

2005 年 5 月

“Thiel”和“Accel Partners”向“The Facebook”投资 1270 万美元，估值 8750 万美元。当时“The Facebook”的活跃用户数量为 550 万。

2005 年 9 月

“The Facebook”更名为更为简洁的“Facebook”。

2006 年 3 月

报道称，“Facebook”将自己的定值为 20 亿美元。

2006 年 4 月

包括“Accel”、“Thiel”、“Greylock Partners”和“Meritech”在内的投资者向“Facebook”投资 2750 万美元，估值 5 亿美元。

2006 年 9 月

据称雅虎想以 10 亿美元收购“Facebook”，遭拒。

2006 年 12 月

“Thiel”称“Facebook”值 80 亿美元，当时“Facebook”用户超过 1200 万。

2007 年 4 月

“Facebook”活跃用户达 2000 万。

2007 年 10 月

微软向“Facebook”投资 2.4 亿美元，占有 1.6% 股份，“Facebook”估值为 150 亿美元。当时“Facebook”活跃用户超过 5000 万。

2007 年 11 月

李嘉诚向“Facebook”投资 6000 万美元。

2008 年 1 月

“European Founders Fund”向“Facebook”投资 1500 万美元。

2008 年 3 月

李嘉诚再次投资 6000 万美元，个人投资总额达到 1.2 亿美元。微软、李嘉诚第二次投资和“European Founders Fund”的投资让“Facebook”的本轮融资达到 3.15 亿美元。

2008 年 5 月

《附录 扎克伯格创业时间轴

“TriplePoint Capital” 贷给 “Facebook” 1 亿美元。

2008 年 8 月

“Facebook” 早期员工可以出售股票期权。当时 “Facebook” 活跃用户超过 1 亿。

2009 年 1 月

“Facebook” 活跃用户超过 1.5 亿。

2009 年 2 月

“Facebook” 活跃用户超过 1.75 亿。

2009 年 4 月

“Facebook” 活跃用户超过 2 亿。

2009 年 5 月

“DST” 向 “Facebook” 投资 2 亿美元，估值 100 亿美元。

2009 年 6 月

“DST” 从 “Facebook” 员工手中购得价值 1 亿美元的股份。

2009 年 9 月

“Facebook” 活跃用户超过 3 亿。

2009 年 11 月

“Elevation Partners” 向 “Facebook” 投资 9000 万美元，当时 “Facebook” 的年营收达到 7.75 亿美元，利润 2 亿美元。

2009 年 12 月

“Facebook” 活跃用户超过 3.5 亿人次。

2010 年 2 月

“Facebook” 活跃用户超过 4 亿人次。

2010 年 6 月

“Elevation Partners” 再次向 “Facebook” 投资 1.2 亿美元，其投资总额达到 2.1 亿美元。

2010 年 7 月

“Facebook” 活跃用户超过 5 亿美元。

2010 年 11 月

“Accel Partners” 出售了一定量的 “Facebook” 股票。

2010 年 12 月

马克·扎克伯格成功法则

有报道称，“Facebook”年营收达到 20 亿美元，利润约为 5 亿美元。

2011 年 1 月

高盛和“DST”分别向“Facebook”投资 4.5 亿美元和 5000 万美元，“Facebook”估值达到 500 亿美元新高。

2012 年 5 月 18 日

“Facebook”在纳斯达克上市，估值为 1040 亿美元，创下美国最高上市估值。

2012 年 5 月 19 日

和华裔女友普莉希拉 - 陈成婚

2013 年 6 月 17 日

品众互动成下“Facebook”在中国大陆地区首家代理商。

2014 年 2 月 19 日

“Facebook”以 190 亿美元收购“WhatsApp”。



一本全方位解密 Facebook 商业秘密及马克·扎克伯格成功幕后的书：这个大二辍学的 80 后，曾经的“社交障碍者”很早便意识到心理学知识与互联网技术的结合能爆发出无穷的力量，因而创造了基于人类沟通需求的社交网站。激情澎湃的创业精神，智慧传奇的融资经历，大胆开放的用人策略，深度挖掘的赢利模式，最终成就了这个聚合世界的社交网络帝国。从一无所有到亿万富豪，仅仅用了 8 年时间？这到底是疯狂，还是必然？

上架建议：成功励志 ● 畅销

ISBN 978-7-5472-2621-6



9 787547 226216 >

定价：29.80元